



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Las tecnologías de la información y la comunicación, los
valores y su incidencia en la satisfacción del usuario
externo de la UGEL 03 – Lima, 2016**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD**

AUTOR:

Mgtr. Carlos Alberto Sialer Ubillús

ASESORA:

Dra. Gliria Susana Méndez Ilizarbe

SECCIÓN

Ciencias empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Dirección

PERÚ - 2017

Página del Jurado

Dr. Mitchell Alberto Alarcón Diaz

Presidente

Dr. Luis Alberto Núñez Lira

Secretario

Dra. Gliria Méndez Ilizarbe.

Vocal

Dedicatoria

Se lo dedico a Ida mi compañera, de hoy y siempre por su apoyo incondicional, por soportar tanto tiempo sola mientras realizaba mis estudios, a mis hijos por su comprensión, por no dedicarme a ellos durante este tiempo.

Agradecimiento

Esta tesis no hubiera sido posible sin el apoyo de mi compañera de estudios doctoral Dra. Patricia Cepeda Gamio, por su ayuda incondicional por haberme abierto la puerta a su unidad de investigación, ofreciéndome su asistencia permanente y orientación por darme sus valiosos consejos conocimientos y asesoramiento constante todo este tiempo que duro la investigación.

El autor

Declaración de autenticidad

Yo, Carlos Alberto Sialer Ubillus, estudiante del Programa Académico Doctorado en Gestión Pública y Gobernabilidad de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 08096655, con la tesis titulada “Las tecnologías de la información y la comunicación, los valores y su incidencia en la satisfacción del usuario externo de la UGEL 03 – Lima, 2016” declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, diciembre del 2016

Carlos Alberto Sialer Ubillus

DNI N° 08096655

Presentación

Señor presidente;

Señores miembros del jurado;

Presento la tesis titulada “Las tecnologías de la información y la comunicación, los valores y su incidencia en la satisfacción del usuario externo de la UGEL 03 – Lima, 2016”, en cumplimiento con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el grado de Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad.

La presente investigación es transeccional relacional-causal donde se busca hallar la influencia de las variables independientes tecnologías de la información y la comunicación y valores en la variable dependiente satisfacción. Está estructurada en siete capítulos. En el primero se expone la introducción. En el segundo capítulo se presenta el marco metodológico. El tercer capítulo está dedicado a la presentación y análisis de resultados. En el cuarto capítulo se realiza la discusión correspondiente. En el quinto capítulo se presentan las conclusiones a las que se llegó luego del análisis de las variables del estudio. El sexto capítulo refiere las recomendaciones del autor. El séptimo capítulo contiene las referencias bibliográficas con las cuales se ha apoyado la investigación. Finalmente se presentan los anexos.

Espero pues, que esta investigación sirva de referencia para estudios posteriores que puedan abordar con mayor profundidad el problema de esta investigación.

Contenido

	Pág.
Carátula	
Páginas preliminares	
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Contenido	vii
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Resumo	xiv
 I. Introducción	
1.1. Antecedentes	16
1.2. Fundamentación científica, técnica o humanística	24
1.3. Justificación	54
1.3.1. Justificación teórica	54
1.3.2. Justificación práctica	54
1.3.3. Justificación metodológica	55
1.3.3. Justificación epistemológica	56
1.4. Problema	57
1.5. Hipótesis	59
1.6. Objetivos	60
 II. Marco metodológico	
2.1. Variables	62

2.2. Operacionalización de variables	63
2.3. Metodología	65
2.4. Tipos de estudio	66
2.5. Diseño	66
2.6. Población, muestra y muestreo	67
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	68
2.8. Métodos de análisis de datos	71
2.9. Aspectos éticos	71
 III. Resultados	 73
 IV. Discusión	 93
 V. Conclusiones	 98
 VI. Recomendaciones	 100
 VII. Referencias	 102
 Apéndices	
Apéndice A. Matriz de consistencia	
Apéndice B. Matriz de operacionalización de las variables	
Apéndice C. Certificado de validez de contenido del instrumento que mide	
Apéndice D. Instrumento de medición de las variables	
Apéndice E. Base de datos para la prueba de confiabilidad	
Apéndice F. Base de datos general	
Apéndice G. Fiabilidad de las variables	

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Matriz de operacionalización de la variable independiente: Tecnologías de la información y la comunicación	63
Tabla 2. Matriz de operacionalización de la variable independiente: Valores	64
Tabla 3. Matriz de operacionalización de la variable dependiente: Satisfacción	65
Tabla 4. Validez de instrumento por expertos	69
Tabla 5. Estadísticos de confiabilidad de tecnologías de la información y comunicación	70
Tabla 6. Estadísticos de confiabilidad de valores	70
Tabla 7. Estadísticos de confiabilidad de la variable: Satisfacción	70
Tabla 8. Frecuencia de tecnologías de la información y la comunicación	74
Tabla 9. Frecuencia de innovación	75
Tabla 10. Frecuencia de interactividad	76
Tabla 11. Frecuencia de interconexión	77
Tabla 12. Frecuencia de valores	78
Tabla 13. Frecuencia de valores humanos	79
Tabla 14. Frecuencia de valores organizacionales	80
Tabla 15. Frecuencia de satisfacción	81
Tabla 16. Frecuencia de capacidad de respuesta	82
Tabla 17. Frecuencia de empatía	83
Tabla 18. Frecuencia de elementos tangibles	84
Tabla 19. Información de ajuste del modelo de regresión de TIC, valores y satisfacción	85
Tabla 20. Pseudo R cuadrado del modelo de regresión de TIC, valores y satisfacción	85
Tabla 21. Información de ajuste del modelo de TIC, valores y capacidad de respuesta	87
Tabla 21. Información de ajuste del modelo de TIC, valores y capacidad de respuesta	87

Tabla 22. Pseudo R cuadrado del modelo de regresión de TIC, valores y capacidad de respuesta	87
Tabla 23. Información de ajuste del modelo de regresión de TIC, valores y empatía	89
Tabla 24. Pseudo R cuadrado del modelo de regresión de TIC, valores y empatía	89
Tabla 25. Información de ajuste del modelo de regresión de TIC, valores y elementos tangibles	91
Tabla 26. Pseudo R cuadrado del modelo de regresión de TIC, valores y elementos tangibles	91

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Tecnologías de la información y la comunicación	74
Figura 2. Innovación	75
Figura 3. Interactividad	76
Figura 4. Interconexión	77
Figura 5. Valores	78
Figura 6. Valores humanos	79
Figura 7. Valores organizacionales	80
Figura 8. Satisfacción	81
Figura 9. Capacidad de respuesta	82
Figura 10. Empatía	83
Figura 11. Elementos tangibles	84
Figura 12. Curva COR de la influencia de las TIC y los valores en la satisfacción	86
Figura 13. Curva COR de la influencia de las TIC y los valores en la capacidad de respuesta	88
Figura 14. Curva COR de la influencia de las TIC y los valores en la empatía	90
Figura 15. Curva COR del efecto de las TIC y los valores en los elementos tangibles	92

Resumen

La presente investigación titulada “Las tecnologías de la información y la comunicación, los valores y su incidencia en la satisfacción del usuario externo de la UGEL 03 – Lima, 2016”, tuvo como objetivo general determinar la incidencia de las variables tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la satisfacción del usuario externo.

La investigación es transeccional relacional-causal. Para la recolección de información se aplicó a la muestra de 370 usuarios una ficha de cuestionario tipo Likert, elaborada por el autor de la presente investigación, que constó de 18 preguntas cerradas referentes a tecnologías de la información y la comunicación, 20 preguntas cerradas referentes a valores y 18 preguntas cerradas con respecto a satisfacción.

Los resultados obtenidos, mediante la prueba no paramétrica de regresión logística, determinaron que las tecnologías de la información y la comunicación y los valores influyen significativamente en la satisfacción del usuario externo de la UGEL 03 – Lima.

Palabras Claves: tecnologías de la información y la comunicación, interactividad innovación, interconexión, valores, valores humanos, valores organizacionales, satisfacción, capacidad de respuesta, empatía, elementos tangibles.

Abstract

This research entitled "The information and communications technology, values and their impact on the satisfaction of the external user UGELs 03 - Lima, 2016," general objective is to determine the incidence of variable information technologies and communication and values in external user satisfaction.

Transeccional research is correlational-causal. For data collection was applied to the sample of 370 users a tab questionnaire Likert developed by the author of this research, which consisted of 18 closed questions regarding information and communications technology, 20 closed questions concerning values and 18 closed questions regarding satisfaction.

The results obtained by logistic regression no parametric test determined that the information and communications technology and values significantly influence external user satisfaction of UGELs 03 - Lima.

Keywords: information and communications technology, innovation interactivity, interconnection, values, human values, organizational values, satisfaction, responsiveness, empathy, tangibles.

Resumo

A presente investigação titulada “Influência da liderança e das tecnologias da informação e a comunicação na percepção de segurança cidadã das juntas vecinales da delegacia de Pró – As Oliveiras, 2016”, teve como objectivo geral determinar a influência existente entre as variáveis liderança e tecnologia e a comunicação na percepção de segurança cidadã.

A investigação é transeccional relacional-causal. Para a coleta de informação aplicou-se à mostra censal de 160 integrantes das juntas vecinales uma ficha de questionário tipo Likert, elaborada pelo autor da presente investigação, que constou de 18 perguntas fechadas referentes a liderança, 18 perguntas fechadas referentes a tecnologias da informação e a comunicação e 18 perguntas fechadas com respeito a percepção.

Os resultados obtidos, mediante a prova não paramétrica de regressão logística, determinaram que a liderança e as tecnologias da informação e a comunicação influem significativamente na percepção de segurança cidadã das juntas vecinales da delegacia de Pró – As Oliveiras.

Palavras Fines: liderança, confiança, saber escutar, respeito, tecnologias da informação e a comunicação, interatividade inovação, interconexão, percepção, motivação, valores, expectativa.

I. Introducción

1.1. Antecedentes

Diversas investigaciones han señalado que para que las instituciones del estado sean más eficientes y eficaces tienen que necesariamente migrar a la era de la información a través de la incorporación de manera adecuada de las tecnologías de la información y comunicación; ya que, según las teorías consultadas, una correcta implementación de las tecnologías de información y comunicación son fuentes de generación de ventajas competitivas de las instituciones.

Acorde a las revisiones documentales, tanto de fuentes impresas como digitales a nivel nacional e internacional, se pudo constatar que se han desarrollado diversas investigaciones sobre las variables propuestas.

1.1.1. Antecedentes internacionales

Nájera (2011) presentó su tesis doctoral titulada “El impacto competitivo de la tecnología de la información y las comunicaciones en el segmento asegurador español”, en la Universidad Autónoma de Madrid, España. Un enfoque basado en los recursos, donde se trató sobre los efectos que la tecnología de la información y las comunicaciones tienen sobre la competencia empresarial ha sido objeto de estudios durante los últimos treinta y dos años en la esfera de la organización y administración de empresas. De tal manera, que la ausencia de conclusiones consistentes sobre la presencia de tal relación y el frágil entendimiento de los factores que influyen en ella, presumen una invitación para la ampliación en esta línea de investigación. El objeto de estudio de esta investigación fueron las empresas aseguradoras mexicanas y el objetivo principal se centró en el uso de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC's) y su influencia en el beneficio de estas empresas y en la incidencia sobre las formas de hacer negocios, así como hacer posibles nuevas formas de colaboración y alianzas, estableciendo nuevas redes organizativas e interorganizativas. Siendo el diseño de esta investigación la de un estudio descriptivo de tipo transversal o estudios transversales, que provee una fotografía de las variables de interés y sus relaciones en un momento dado

(Santesmases, 2009). La investigación se realizó mediante la aplicación de una encuesta por medio de correo electrónico dirigida a los altos directores de las empresas aseguradoras, la población fue de 100 directivos de compañías aseguradoras mexicanas, el tipo de muestreo fue aleatorio simple con un intervalo de confianza del 95.5%, el tamaño de la muestra fue de 27 empresas aseguradoras. El estudio empírico se realizó usando una herramienta de medición estructurada como es el cuestionario, que se aplicó prácticamente al total de la población objeto de estudio utilizando un método de muestreo aleatorio simple. Para validar el instrumento de medición, se utilizó la técnica estadística del coeficiente Alfa de Cronbach, en la cual el resultado arrojó un alto nivel de consistencia (0,9309), muy próximo a 1, para un total de 77 ítems. Esta investigación es importante porque resalta que las tecnologías de la información y comunicación son muy importantes para que una entidad o empresa sea competitiva, eficaz y eficiente.

Sanz (2013) en su tesis doctoral titulada “Las tecnologías de la información y de la comunicación y la autonomía de aprendizaje”. Tuvo como objetivo el determinar la relación entre las tecnologías de la información y de la comunicación y la autonomía de aprendizaje, utilizó la investigación aplicada y su diseño correlacional en una muestra de 180 estudiantes del nivel secundaria, en esta investigación se estudia las TIC, que representan en sí mismas un campo de conocimiento en expansión, tanto en el ámbito de la investigación como en el de la enseñanza. Asimismo, esta investigación se centró en el ámbito del aprendizaje en autonomía, y, en conclusión, en la formación con libertad a través de las potencialidades de las TIC, campos de investigación, autonomía y TIC. Asimismo, presentó también, la evolución producida en el campo de las tecnologías aplicadas a la educación, en cuanto a las posibilidades técnicas que ofrecen, y en cuanto a la interacción con el usuario. En conclusión, muestra temas cómo las propuestas tecnológicas de aprendizaje recientes pueden ser integradas en diferentes proyectos de aprendizaje, según los aprendices, estilo cognitivo y de aprendizaje.

Torrado (2014) en sus tesis doctoral “El marco jurídico de la modernización en la gestión pública: el caso de España”, tuvo como objetivo el estudiar la incidencia en el sistema administrativo de los medios técnicos, organizativos, funcionales y operativos que permiten la ejecución de las políticas y de la gestión pública; las relaciones flexibles entre los ámbitos jurídico y técnico en las que se desarrollan las políticas y se producen los servicios públicos; y la ampliación del valor de los servicios públicos que supone la innovación tecnológica. La investigación, fue transversal para el esclarecimiento de las premisas y la hipótesis de trabajo de la investigación. Se utilizaron, asimismo, dentro de la exposición, un conjunto de gráficos y tablas, que muestran con métodos cuantitativos y cualitativos, determinadas observaciones que tratan de explicar o fundamentar la investigación. Eventualmente, también fueron utilizadas figuras que permitieron ilustrar gráficamente determinados conceptos que admiten su representación descriptiva y analítica.

Armada (2015), presentó la tesis titulada “La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes”, para obtener el grado de doctor otorgado por la Universidad de Murcia, España. La población objeto de estudio estuvo compuesta por la totalidad de usuarios de los centros deportivos que percibían la satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes. Para el cálculo del tamaño de muestra se utilizó la fórmula para variables proporcionales y poblaciones finitas. En conclusión, estuvo formada por 552 usuarios de un total de 10 centros deportivos que gestionan de manera directa el ayuntamiento de Cartagena. La muestra recogida en el año 2015 estuvo formada por 677 usuarios de un total de 17 centros deportivos que gestiona de manera directa el ayuntamiento de Cartagena. Para la recolección de información, se utilizó la metodología selectiva, administrándosele un cuestionario a cada uno de los usuarios de los centros deportivos que gestiona de manera directa el ayuntamiento de Cartagena, registrando su satisfacción percibida con respecto a la de servicios, calidad de las instalaciones y material deportivo, personal, costo y pago de los servicios, información recibida sobre actividades deportivas. Se elaboró el cuestionario de García (1991), el cual consistía en un instrumento de 42 ítems, dividido en 6 sub escalas. Debido a que en aquellos

años, no existía ningún instrumento en España que permitiera el registro de dichos datos, decidiendo utilizar una validación a posteriori siguiendo metodologías semejantes validadas en la bibliografía científica (Dunn, Bouffard & Rogers, 1999). A partir del instrumento de García (1991) y al analizar otros instrumentos semejantes se redujeron el número de ítems. La tesis concluye que en general el valor medio de satisfacción percibida por los usuarios de las instalaciones deportivas del ayuntamiento de Cartagena es alta, apreciándose pequeñas diferencias a favor de los usuarios en el año 1991 que perciben de forma superior a los usuarios en el 2015. En las diferencias por género, las mujeres valoran más alto a los servicios deportivos analizados, especialmente las de más de 65 años. Las variables de edad y profesión presentan un índice elevado de satisfacción. En general todas las profesiones valoran como muy importante que las instalaciones municipales están bien atendidas en lo referido a mantenimiento, limpieza y material de la sala. El grado de satisfacción varía en todos los factores estudiados, estos datos van a procurar una toma decisiones de mejora sobre los aspectos peor valorados por los usuarios y la aplicación de sistemas para afianzar la calidad, la satisfacción y la fidelización de los ciudadanos al servicio municipal de deportes.

Ospina (2015) presentó la tesis “Calidad de servicio en el transporte intermodal de mercancías”, cuyo objetivo primordial fue identificar a través de una relación inicial con fuentes primarias, las importantes variables de servicio relevantes para empresas reales, al momento de evaluar la calidad de servicio de sus principales proveedores de transportes de mercancías. La investigación fue empírica realizada a través de una distribución en dos títulos. El primero se refiere a la investigación cualitativa preliminar y el segundo al diseño de la investigación cuantitativa. La primera fase de investigación empírica desarrollada en esta investigación se utilizó una metodología cualitativa. Teniendo en cuenta que el principal objetivo de esta tesis fue el investigar acerca de las relaciones entre las variables de servicio asociadas al transporte de mercancías. La técnica para la obtención de información utilizada en la investigación cuantitativa fue la entrevista personal a través de un cuestionario estructurado. Para la selección de empresas que formaron parte de esta investigación, fue el universo de 558 empresas

transitarias en España. Se utilizó la conveniencia como metodología para asegurar que se respetara al máximo posible la repartición modal y geográfica del total antes referenciado, de esta forma se obtuvo una participación total de 205 empresas transitarias en España, lo que representa que obtuvimos una tasa de respuesta del 37% sobre la población total. Esta investigación constituye un antecedente importante por cuanto señala que la calidad del servicio debe ser un elemento relevante como valor para la satisfacción del cliente.

Kammerer y Murgas (2015) en su artículo científico “Valores organizacionales y responsabilidad social en las universidades públicas binacionales”, el estudio tuvo como propósito formular lineamientos estratégicos que permitieran la optimización de los valores organizacionales y responsabilidad social puesta de manifiesto en las universidades públicas binacionales. Con una investigación descriptiva propositiva y un diseño no experimental, transaccional. La población estuvo conformada por cuatro autoridades y 80 estudiantes de las Universidades La Guajira, en Colombia y del Zulia, en la República Bolivariana de Venezuela. Fueron utilizados dos cuestionarios, con cinco alternativas de respuestas. Como resultado se generan lineamientos estratégicos para asumir los valores organizacionales teniendo como horizonte la responsabilidad social. Concluyéndose que, para lograr un mayor posicionamiento, confianza y credibilidad, ante sus diferentes grupos de interés, las universidades deben poner en práctica los lineamientos formulados.

Tovar, y Mendoza (2015) en su artículo científico “Los valores como herramientas para optimizar el clima organizacional del personal que labora en la escuela técnica “Rómulo Gallegos” Municipio San Felipe, Estado Yaracuy”, el clima organizacional representa un fenómeno interviniente, mediador entre los factores del sistema organizacional y las tendencias motivacionales traducidas en un comportamiento consecuente sobre la organización, por ello cuando no se ajusta a las metas, el contexto de trabajo se describe como entorpecedor de las funciones e impiden el proceso educativo integrador de las personas que conforman la estructura. La presente investigación tuvo como objetivo describir los valores como herramienta para la optimización del clima organizacional de la

Escuela Técnica “Rómulo Gallegos” en el municipio San Felipe, estado Yaracuy. Las bases teóricas se sustentaron en las teorías del clima organizacional, de la motivación, así como las definiciones de valores organizacionales y clima organizacional. Los basamentos legales están contemplados en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), la Ley Orgánica de Educación (2009) y la Ley del Estatuto de la Función pública (2002). Representó una investigación descriptiva apoyada en un diseño de campo. La muestra se conformó por cuarenta y seis (46) docentes y dos (2) directivos, a quienes se les aplicó un cuestionario con una escala tipo Likert, con alternativas de respuestas siempre, casi siempre, algunas veces y nunca. La validez del instrumento, se logró midiendo el juicio de tres (3) expertos profesionales. Los datos se cuantificaron a través de la técnica del análisis estadística descriptiva y fueron señalados mediante tablas de frecuencia y gráficos de barras. Entre los resultados obtenidos se encuentra que el proceso de toma de decisiones está centralizado y el nivel de satisfacción es bajo, siendo necesario implementar los valores como herramienta coadyuvante en el aumento de los niveles de satisfacción del personal, la productividad y mejore la calidad del entorno laboral.

Rodríguez et al (2016) en su artículo científico denominado “Nivel de servicio y su efecto en la satisfacción de los pacientes en la atención primaria de salud”, tuvo como objetivo proponer un procedimiento para calcular el nivel de servicio en la Atención Primaria de Salud y su incidencia en la satisfacción de los pacientes. Entre las principales herramientas y técnicas que se utilizaron se encuentran: la observación, la revisión de documentos, la entrevista individual, métodos de expertos, ficha de proceso, el método *Delphi*, diagrama *As-Is*, diagrama de afinidad, ciclo de servicio, análisis del valor añadido, la evaluación de entradas y proveedores, encuestas y los softwares SPSS 17.0 y Microsoft Excel. Obteniendo como resultado la identificación y selección de los componentes e indicadores presentes, en el proceso de consulta externa del médico de la familia a partir de la aplicación del procedimiento propuesto. Además, se definió la interrelación existente entre los componentes del servicio y los indicadores identificados a través de los cuales estos pueden ser controlados, concluyendo que el método empleado

demostró la importancia del nivel de servicio y su influencia directa en el nivel de satisfacción de los pacientes.

1.1.2. Antecedentes nacionales

Palacios (2010) presentó la tesis titulada “Diseño e implementación de una división PNP de tecnología de información y comunicación y sistema de información orientado al desarrollo sostenido de sistemas de información estratégicos contra el crimen organizado y la delincuencia”, para optar el grado de Doctor en Administración, en la Escuela Superior de la Policía Nacional. Luego del análisis pertinente se llegó a la conclusión de que la Policía Nacional no cuenta con una unidad especializada en tecnología de información y comunicaciones (TIC) y sistemas de información (SI) que esté preparada en el manejo de las nuevas herramientas tecnológicas y que cuente con personal altamente especializado y el número adecuado que se encargue del desarrollo e implementación de soluciones integrales que involucren TIC y SI, que requieren las direcciones, divisiones y unidades PNP.

García, Yunque y Ráez (2011) presentaron una tesis doctoral realizada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. En esta investigación se buscó determinar cuáles eran las metodologías para optimizar la calidad en los servicios académicos. Para lo cual, se utilizaron como metodologías, la observación de campo y las encuestas dirigidas, a los trabajadores no docentes, docentes como a los estudiantes universitarios. En efecto el resultado de los estudiantes universitarios, se halló que casi un 50% de la muestra rebelaba una satisfacción real con respecto a la enseñanza impartida por lo docentes, esencialmente por la metodología aplicada, la comunicación, el método de evaluación y los estímulos hacia la investigación. Con relación a los servicios administrativos, más del 40% de encuestados tenía una percepción positiva sobre los cambios realizados en su facultad con relación a la implementación de los laboratorios, innovación e iniciativa empresarial y por los servicios bibliotecarios como actualización y cantidad de libros. Como propuestas de cambio plantearon la incorporación de tecnología y herramientas que faciliten la atención a los alumnos, una

reorientación de la formación educativa, y la revaloración de la función de la atención al público.

Alva (2011) presentó la tesis doctoral titulada “Las tecnologías de información y comunicación como instrumentos eficaces en la capacitación a maestristas de educación con mención en docencia en el nivel superior 2009-2010”, en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Sede Central, Lima. El objetivo de esta investigación fue el de conocer el vínculo entre las tecnologías de información y comunicación como instrumentos eficaces en la capacitación a maestristas de educación con mención en docencia en el nivel superior de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, y para ello desarrollo una investigación básica aplicativo de diseño correlacional y transversal cuyos resultados representa. El diseño metodológico fue descriptivo comparativo de corte transversal y nivel básico, con una muestra poblacional. Se concluye que las Tecnologías de Información y Comunicación (en lo pedagógico, técnico y en gestión en maestría) influyen como instrumentos eficaces en la capacitación de los maestristas de la Facultad de Educación, con mención en Docencia en el Nivel Superior, en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, sede central Lima 2009-2010. La influencia es directa y positiva, y alcanzó una correlación de 70.8%.

Núñez y Vega (2012) presentaron la tesis para optar el grado académico de doctor en la UNMSM titulada “Efectos de las tecnologías de información y comunicación en el aprendizaje en educación superior”, cuyo objetivo fue el conocer la relación entre efectos de las tecnologías de información y comunicación en el aprendizaje en educación superior, mediante su diseño cuasi experimental y comprobaron la hipótesis el uso adecuado de las tecnologías de la información y la comunicación mejora el aprendizaje de las capacidades en la educación superior. Para la investigación se utilizó una población de 837 alumnos matriculados en el ciclo 2009-II y una muestra de 104 alumnos de los ciclos pares 2º, 4º, 6º, 8º y 10º ciclo. Uno de sus resultados más significativos para esta investigación muestran que el 39,4% afirma que siempre el uso de las TIC motiva su aprendizaje; y casi siempre el 37,5%. Además, de la muestra seleccionada el

86.5% menciona que las tecnologías de información y comunicación que más se utilizan son: multimedia, diapositivas, discos CDR.

Aznaran, (2016) en su artículo científico “Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir” Tuvo como objetivo conocer la influencia de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, siendo un tema de vital importancia para la Municipalidad Distrital de El Porvenir y para los investigadores como medio de consulta para futuras investigaciones. El trabajo de investigación se realizó ante una población de 164,931 personas de los que se determinó una muestra de 80 personas a quienes se les aplicó la encuesta, para analizar la relación entre calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario. Se llegó a la conclusión que la calidad del servicio que se brinda en la Municipalidad Distrital de El Porvenir si influye en la satisfacción de los usuarios confirmándose la hipótesis propuesta en la presente investigación.

1.2. Fundamentación científica, técnica o humanística

Esta investigación se ha efectuado a través de teorías e investigaciones teóricas de carácter científico que se han escrito sobre las tecnologías de información y la comunicación, los valores y la satisfacción de los usuarios externos, con el objeto de analizar el problema y darle consistencia a esta investigación.

1.2.1. Tecnologías de la información y la comunicación

Para Romero (2011) las tecnologías de la información y la comunicación “es un término que se utiliza para designar a todas aquellas herramientas (técnicas, desarrollos y dispositivos) que facilitan el almacenamiento, proceso y transmisión de datos a través de medios electrónicos” (p. 5).

Se puede inferir entonces que las tecnologías de la información y la comunicación proveen a los usuarios de elementos electrónicos que permiten la manipulación técnica de la información.

En un concepto moderno tal como lo señala Gil (2002), comprende aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, textos e imágenes, manejables en tiempo real (p. 2). Asimismo, se vincula con equipos de computación, software, telecomunicaciones, redes y bases de datos, lo que permite sostener que el avance del proceso humano de recibir información y comunicarse, está estrechamente relacionada con la innovación tecnológica, ya que trae consigo transformaciones a nivel comercial, educativo, cultural, social y económico, por su carácter global, accesible y universal. Por ello, Murelaga (2001) señala que las tecnologías de información y comunicación encarnan una contribución significativa en los procesos de producción, educación, gestión y gerencia dentro de las organizaciones (p. 1).

Naser y Concha (2014) señalaron que las TIC, como tecnologías de propósito general, pueden contribuir a modernizar y revitalizar las actividades productivas tradicionales de la región, así como a tornar más eficientes e inclusivos los servicios públicos (p. 11).

En las investigaciones de Servera (2009, 2010) establecen que el nivel de implementación de las tecnologías de la información y comunicaciones fue utilizado como variable de división de una muestra de 194 empresas en España. Quedando comprobado del efecto significativo que tienen los diferentes niveles de implantación de las TIC en las empresas, y señala que son un factor clave para el fortalecimiento de la cadena conceptual formada por la calidad de servicio, el valor logístico, la satisfacción y la lealtad. De tal manera, puede concluirse que las TIC se han afianzado como un instrumento que le permite a las empresas adicionar valor a partir de una adecuada y eficaz transmisión de información entre todos los agentes participantes en el proceso de transporte de mercancías.

A su vez Vilaseca (2009) señaló que uno de los beneficios de las TIC es mejorar el nivel de calificación y determinación de los recursos humanos, lo cual aumentara la eficiencia y eficacia en la atención a los usuarios (p. 334).

En la investigación de las teorías, autores como Porter y Millar (1985) y Langley (1988) señalaron que la correcta implementación de las TIC es fuente generadora de ventajas competitivas en las empresas (p. 145).

En diversas investigaciones como estudios manifestaron que las entidades que deseen ser competitivas en el mercado tienen necesariamente que dar un salto a la era de la tecnología de la información. Chapman (2003) señaló que a través de la integración rápida y precisa de las tecnologías de la información y las comunicaciones al adelanto de las entidades Closs (2011). Del análisis de las lecturas tales como de Porter y Millar (1985), Langley (1988), Stock (1990), Feeny & Ives (1990), Barney (1991) y Closs & Xu (2000), se debe señalar que una correcta implementación de las TIC puede ser el origen de una generación de ventajas competitivas en las empresas.

Chapman (2003) en este contexto señaló que se entiende que las tecnologías de la información contribuyen a que las empresas tengan una gran importancia ya que tienen un alto grado de dependencia y necesitan de la información para lograr realizar operaciones de forma eficiente (p. 630).

Las tecnologías de la información bien aplicadas se traducen en una mejor interacción entre todos los participantes llámese usuario e institución, es de señalar que el manejo de las tecnologías de la información genera efectos que van a beneficiar a los usuarios, tales como el incremento de la productividad mejora la calidad del servicio que ofrece creación de valor para el usuario externo, logrando los beneficios esperados tanto para la institución como para los usuarios.

Al respecto se puede señalar que las tecnologías de la información y comunicación son un instrumento cuya gestión permite a las empresas agregar

valor a partir de una correcta y eficiente transmisión de información entre todos los usuarios que adquieren los servicios en la Ugel03.

Referente a la implementación de las tecnologías de la información y comunicación en la Ugel03, estas adquieren un papel relevante en la gestión, se convierte en un elemento importante renovador de las actividades administrativas, capaz de mejorar la administración de la entidad.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones mejoran los niveles de eficiencia, y son un requisito indispensable para el éxito en la gestión de la Ugel03.

Dimensiones de las tecnologías de la información y la comunicación

Innovación

Con respecto a innovación, Romero (2011) señaló que “las TIC dan acceso a nuevas formas de comunicación y se renuevan constantemente dando lugar a novedosas tecnologías que promueven la comunicación y el intercambio de manera rápida y eficaz” (p. 112).

Coincidiendo con el autor, debe señalarse que a través de la innovación de las tecnologías de la información y la comunicación debe renovarse en forma constante con la finalidad de afrontar los continuos cambios y los rápidos avances de la ciencia y la tecnología a nivel global.

Asimismo, Abdallath et al. (2004), citado por Naya (2008), sostuvieron que las nuevas tecnologías de información y comunicación, denominan a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas, pero también las herramientas que permiten una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad (p. 84).

De la misma manera se expresó Gee (1981) (citado por Varela, 2001) donde manifestó que la “innovación” es el proceso en el cual a partir de una idea,

invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado (p. 367).

Ontiveros et al. (2004) efectuó un análisis señalando que las tecnologías de la información y la comunicación es una innovación tecnológica que contribuye al desarrollo tecnológico a las economías, así como, a las distintas culturas áreas de la gestión empresarial, contribuyendo al crecimiento de las organizaciones, en ese sentido señala que los gobiernos hagan su extensión a todos los ámbitos de la sociedad con la finalidad de aprovechar sus ventajas a toda actividad humana.

De todo lo antes señalado se puede afirmar que la innovación es precisamente un invento por lo tanto fundamental en la renovación de tecnologías de la información y comunicación, que han hecho que las entidades con nuevas ideas ejecuten trayendo como consecuencia la renovación de su tecnología, hoy en día los deseos de innovación con que llevan a las entidades como la invención de nuevos procesos de transformación, cambios en los servicios de información y por consiguiente cambios en su gestión actuando con eficiencia y eficacia, contribuyendo a brindar un mejor servicio a la comunidad.

Una institución que no se renueva, no innova su tecnología se queda aletargada en el pasado, no es competitiva y deja de encajar en los cambios que una entidad requiere.

Chapman et al. (2003) crearon un estudio sobre los procesos de innovación en las empresas de la división logística, en la que instauraron tres grandes columnas vertebrales que sirven como líneas de desarrollo de la estrategia y que son indispensables para la innovación del servicio logístico: conocimiento, relaciones entre empresas y TIC. Sobre este tercer pilar, se señala que el proceso de innovación de las empresas que se está produciendo en los últimos años, pasando de ofrecer servicios de transporte a ofrecer soluciones logísticas, significa la implementación innovadora de las TIC (p. 630). Así, el uso de estas tecnologías no se debe concebir como una simple tecnificación de procesos, sino como una forma creativa de utilizar la información, el conocimiento y las

relaciones entre empresas, que permita mejorar los resultados de las empresas y usuarios.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación son aquellos que se utilizan para designar a todos los soportes en los cuales puede ser transmitida una idea o mensaje. Sin embargo, este concepto es comúnmente relacionable con determinados soportes, más específicamente con los diarios o periódicos, la televisión, la radio, internet, las publicaciones gráficas.

Asimismo, se denominan medios de comunicación a las distintas tecnologías y mecanismos que le permiten a un emisor determinado ponerse en contacto con uno o varios receptores, ya sea en tiempo real o tiempo diferido, a través de las ondas sonoras o del texto escrito, salvando cortas o larguísimas distancias.

Así se tiene algunos medios de comunicación:

La televisión. Uno de los grandes protagonistas de nuestros tiempos. Existe un aparato de televisión en prácticamente cada casa del mundo, emitiendo su contenido de variedades, noticias, entretenimiento y publicidad a través de los millares de canales existentes.

Según Fernández (1994) la televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin precedentes, es usado por una cantidad muy significativa grande de persona para satisfacer una necesidad de información y entretenimiento (p. 12.). En este sentido, se comparte con el autor de la importancia de la televisión como un medio de comunicación mundialmente accesible y cuya importancia en el hecho de que permite conocer noticias, entretiene, divierte y usa un léxico accesible para miles de televidentes en el mundo.

La radio. La gran desplazada por el invento televisivo, ocupa hoy en día un lugar en los vehículos de transporte que no pueden prescindir de la vista y la atención de su conductor, así como en la formación de comunidades vintage de radioescuchas.

El periódico. Entre los medios de comunicación masiva más importantes y de más larga trayectoria, la prensa escrita sigue siendo uno de los principales, si bien se acusa su gradual migración hacia formatos digitales. Publicidad, información y opinión tienen cabida en su formato económico y desechable.

Las redes sociales. Entre los más recientes aportes de la Internet están las redes sociales, unificando diversos aparatos dotados de conectividad en una misma idea de comunidad virtual de intereses. Es una tecnología tremendamente popular y en discusión, por las potencias y peligros de una exposición tan grande como la que entrañan.

El internet. La gran fuente de emisiones y comunicaciones contemporánea, la red de redes, la superautopista de la información como queramos llamarla, es el medio más potente de transmisión de datos del mundo. Funciona como un sistema de protocolos y de emisión por paquetes de alcance mundial, veloz y diversificado.

Correo electrónico. La versión contemporánea del telegrama, permite el envío de cartas y documentos e incluso archivos de cualquier índole a través de un servicio de correo digital privado, íntimo y confidencial.

Mejoras en la administración

La mayoría de los autores coinciden que las TIC contribuyen a la mejorar la gestión en la administración ya que gracias a la automatización de los procesos hace que se tenga una administración más eficiente y efectiva, con las TIC, mejora la calidad de la información, proporcionando una buena herramienta de gestión a las instituciones.

Para Barba-Sánchez et al. (2007) en la actualidad las instituciones que utilizan Tics se convierten entidades modernas pues optimizan sus procesos, sus servicios, por lo tanto, mejora la gestión administrativa, calidad de servicios; ahorro de tiempo en gestiones burocráticas, así como reduce costos tanto para la entidad como para el usuario (p. 103). En este sentido, se tiene en cuenta que la implementación de las TIC ha sido de gran importancia como un elemento con el cual se han reducido los costes.

En resumen, si una entidad no utiliza la tecnología se retrasan los procesos tanto administrativos, como de servicios; por lo tanto, serían entidades ineficientes, pero gracias a la implementación de las TIC, se vuelven más dinámicas, más competitivas lo que hace que se puedan tomar decisiones en el momento preciso por lo tanto las entidades se vuelvan más productivas y mucho más competitivas.

Las TIC ahora ofrecen a las entidades públicas importantes oportunidades de mejorar los servicios a los ciudadanos y a la vez mejoran su gestión administrativa contribuyendo a mejorar el desarrollo social y crecimiento económico del país.

Renovación tecnológica

Renovación tecnológica es una acción que se lleva a cabo con la misión de sustituir restaurar, cambiar o de modernizar los equipos tecnológicos que han quedado desfasados, obsoletos para el desarrollo de nuestras actividades y deben ser cambiadas por otros equipos modernos adoptando nuevas tendencias para el mejor desarrollo de las actividades con la finalidad de ahorrar costos y ser más eficientes.

Interactividad

Para Romero (2011) la interactividad “facilitan a los usuarios la comunicación por medio de canales o códigos distintivos, por ejemplo, correos electrónicos, mensajes instantáneos o videoconferencias” (p. 6).

Es de precisar entonces que, por medio de la interactividad, se han creado herramientas interactivas para poder comunicarse entre usuarios; es decir, entre emisor y receptor, la cual permite potenciar la comunicación interpersonal.

Benítez (2007), señaló que la Interactividad es el desarrollo que se crea al formular información y obtener una respuesta a ella, a través de un medio tecnológico y empleando variadas formas de comunicación oral, escrita, con imágenes, entre otras. La interactividad es una acción típica del usuario de la red, sin embargo, el simple acceso a Internet no necesariamente crea una interactividad. Aquel intercambio de información como una consecuencia de ver, escuchar o escribir en la web (desde blogs, páginas personales, foros, otros) empieza el proceso interactivo y se podría decir que abre la comunicación. La conexión no nos garantiza la interactividad, pero la comunicación en ella sí.

Londoño (2007) señaló que la comunicación interactiva: Es considerada como una de las acciones más fluviales que permite compartir ideas, conocimiento y diversos materiales que dejen un objetivo con buenas bases. Se ve reflejada en la Internet, páginas Web, blog, entre otras herramientas que te brindan los elementos multimedia de hoy. No solo te permite brindar lo que tu desees compartir, sino que puedes crear un intercambio, con alguien que se sienta atraído por tu comentario o conocimientos publicados.

Es de allí que se forma la interactividad, puede hacerse a través de persona a persona o persona maquina a través de la reacción del que lee un blog o página en la red.

Joyanes en Sádaba (2000) señaló que, en general, la interactividad se ha convertido en la especialidad más predicada de las tecnologías de la información y de la comunicación. Es más, por efecto sinecdótico se muestran como sinónimos los conceptos de sociedad de la información y sociedad interactiva (p. 143). Percibimos que la interactividad no es sólo un concepto que subyace a las

tecnologías de la información y de la comunicación sino, más bien, uno de los puntos clave de esta sociedad de las TIC.

Redes de comunicación

Una red de comunicaciones es un conjunto de medios informáticos que conectados entre sí permiten la comunicación a distancia entre equipos autónomos, con la finalidad de compartir datos, información, recursos y ofrecer servicios, podemos decir se puede transmitir en forma analógica, digital, o mixta.

Así como también podemos decir que una red de comunicación es un enlace de diferentes computadoras que pueden comunicarse e intercambiar información, utilizando sus propios recursos o recursos ajenos.

Así pues, para Martínez (1998) “es el conjunto de canales existentes en el grupo organizado, por los cuales son transmitidos los mensajes. La red es, por tanto, una estructura a priori de las comunicaciones en un grupo”. Así para este autor la estructura es “la organización de los intercambios reales entre miembros del grupo, con vistas a realizar una tarea dada” (p.118).

Para Jáñez (1989) tomando en consideración la Teoría de las Redes y en las posibilidades de comunicación define a la red señalando que es, “Una relación binaria cuya característica fundamental es la irreflexibilidad ya que una persona no “puede dirigirse a sí misma” (p. 139), por lo comentado por el autor es importante manifestar que la comunicación por redes necesariamente las personas tienen que conectarse a través de medios informáticos para estar en comunicación y así poder interactuar o intercambiar información cualquier a que sea la distancia donde se encuentren.

Sitios web

Un sitio web es una reunión de ficheros electrónicos y páginas web que están relacionadas entre sí, pertenecientes a un dominio específico y que pueden estar constituidos por una o, más páginas sobre un tema en particular, que pueden

contener textos, imágenes, resúmenes, y ser visualizados por un usuario web desde un dispositivo remoto a través de un navegador web, que contiene una página inicial de bienvenida, generalmente llamada home page, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos. Se puede señalar que un sitio web es un espacio virtual en internet.

Por otro lado, se puede afirmar que Internet proviene de "interconneted networks" (redes interconectadas) fundamentalmente se trata de millones de computadoras conectadas entre sí en una red mundial.

Su forma de acción es descentralizada, esto representa que la información no requiere pasar obligatoriamente por un nodo de la red, sino que puede tomar vías alternativas según convenga. Esta forma da lugar a una de las extravagantes virtudes de Internet: su estado de permanente anarquía, esto es, la dificultad de una medida central y única del sostenido flujo de información que circula entre los diferentes puntos terminales que la conforman.

Suarez et al, (2004) señaló en el mundo de la comercialización, se ha señalado que el uso del internet contribuye al medio de la información y la capacidad de interacción entre empresas, a su vez en el contexto logístico; Alshawi (2001), indicó que el internet permite una vertiginosa comunicación, con costos exiguos entre proveedores y clientes, optimizando de esta forma la calidad de servicio (p. 235). En esta línea, Lancioni et al. (2000) prueba que el internet es una de las herramientas TIC que más presencia posee en las relaciones entre las empresas de la cadena de suministro y señalan que permanecerá siendo una herramienta que contribuye a una mejora de las utilidades de las empresas logísticas, a través del apoyo a la gestión de la información de las empresas (p. 54).

Por otra parte, el uso de internet ha hecho grandes contribuciones en la capacidad de la empresa para conseguir información y distribuirla, tanto al interior como a otras empresas: (a) un excelente nivel de servicio al cliente, (b) el incremento de los niveles de satisfacción del cliente debido a una mayor prontitud

de procesamiento, (c) el facilitamiento y aumento de la integración del canal, (d) la disminución de los costos de transporte gracias a los mercados virtuales de cargas, (e) la facilitación de la consolidación de cargas, (f) la mayor rapidez y eficiencia en los trámites legales obligatorios para el movimiento de mercancías (gestión de aduanas), (g) el incremento de la capacidad de integración de diferentes TIC (EDI, RFID, etc.) y (h) la facilitación de establecimiento de procedimientos de retroalimentación del cliente. (Curtin et al., 2007).

Interconexión

Según Romero (2011) la interconexión “favorece el intercambio de mensajes en tiempo real, es decir, una persona se puede comunicar con otra incluso cuando se encuentren en distintas partes del mundo; esto reduce los límites geográficos y ahorra tiempo” (p. 6).

Es de señalar que la interconexión favorece entre personas ya que, al conectarse mutuamente a través de sus equipos, pueden hacer que la comunicación llegue a su destino en tiempo real sin importar las distancias donde se encuentren, favoreciendo las intercomunicaciones también con otros usuarios.

Dromi (2008) señaló que la interconexión establece una técnica que responde a la necesidad de hacer interactuar las diferentes infraestructuras (redes) con tecnologías y diseños desiguales, con el propósito que los usuarios conectados observen el servicio como si se tratara de una sola red (p. 141). Así también, por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) definió interconexión como “la forma por la cual diferentes redes están conectadas para permitir el tráfico pasar entre ellas, incluyendo el conducir el tráfico sobre la red de un operador por cuenta de otro operador o proveedor del servicio” (p. 133).

De las enunciaciones mencionadas conseguimos afirmar que la interconexión comprende un proceso que puede ser desarrollado en dos

vertientes estrechamente relacionadas: (i) material y (ii) acuerdo entre proveedores.

La primera de ellas, es decir, el material describe a la necesidad física de que los equipos, redes y servicios estén delineados de forma tal, que permitan que los usuarios de servicios y redes de otro proveedor consigan ser conectados. La segunda de ellas, se refiere a la necesidad de que varios proveedores de servicios que utilicen también diferentes redes, adopten convenios entre ellos para admitir que los usuarios de cada una, tengan acceso a los servicios de la otra.

No obstante, lo señalado, conseguimos afirmar que la interconexión material o física es la deducción primordial para poder hablar de un “acuerdo o arreglo de interconexión”, pero la probabilidad de interconexión física no obligatoriamente significa que un proveedor de servicios conseguirá conectarse con la red de otro proveedor, por lo que resultan indispensables los convenios de interconexión.

La trascendencia de la interconexión reside en que, en materia de telecomunicaciones, el beneficio para el usuario se verá desarrollado en la medida en que pueda comunicarse con más usuarios, independientemente de que éstos pertenezcan a su propia red o a la red de otro proveedor, por lo que, de limitarse por medio de barreras físicas o de otro tipo, el alcance a usuarios que no formen parte de la misma red del operador, por lo tanto, el beneficio para el usuario se ve disminuido o limitado.

Se puede señalar que, la interconexión es la interacción entre la vinculación de dos o más puntos entre los recursos físicos y soportes lógicos, incluida las instalaciones esenciales necesarias, que permiten el inter funcionamiento de las redes comunicándose entre sí en forma permanente.

Ahorro de tiempo

Para Marchet et al. (2009), manifestaron que se identifica un conjunto de particularidades procedentes del uso de internet que contribuyen valor a la función

logística. Estas son: (1) perfeccionamiento de la calidad de la información, (2) la disminución de los tiempos de respuesta al aumentar la rapidez de comunicación, accediendo el procedimiento automatizado de la información (p. 785).

1.2.2. Valores

Los valores son principios que nos conceden ubicar nuestra conducta en función de desarrollarnos como personas. Asimismo, convencimientos fundamentales que nos ayudan a optar, considerar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. A su vez son fuente de complacencia y plenitud, y de ese modo nos suministran una pauta para formular metas y propósitos, personales o colectivos, También reflejan nuestros intereses, sentimientos y opiniones más significativos.

Al respecto, Bernal y Sierra (2013) indicaron que los valores “en el nuevo ambiente mundial de los negocios, se han convertido en el fundamento de las acciones de las organizaciones o corporaciones que quieren permanecer en el mercado y ser competitivas” (p. 95).

Se puede señalar que los valores son principios que en los negocios juegan un papel importante, la competitividad es uno de lo más importante si se quiere crecer como empresa y permanecer en el mercado generando satisfacción en el cliente. En estos momentos en donde se vive en un mundo competitivo, sobrevive el más fuerte, no se debe desviar el fortalecimiento de los valores empresariales, aquellos que permitirán una competencia leal.

Los valores juegan un papel transcendental en la calidad de los servicios prestados gestión estratégica de la Ugel03, donde los trabajadores juegan un papel significativo en el desempeño y en la calidad de los servicios prestados.

Dimensiones de los valores

Valores humanos

Según Bernal y Sierra (2013) los valores humanos son “criterios de la regulación de la conducta, en busca de una vida orientada al perfeccionamiento humano de las personas y la sociedad” (p. 96).

Son conductas que poseen todos los seres humanos que se forman para interactuar con los demás y que, cuando se aplican, buscan el perfeccionamiento de las personas. Los valores humanos, sobre todo la ética, permiten una convivencia segura, fortalecida y libre de corrupción. Estos valores que se inician desde el hogar, deben perdurar y fortalecerse a través del tiempo y las instituciones.

Los valores de una empresa son un pilar fundamental para la organización y, en especial a sus dirigentes, ya que define la gestión de la misma. La misión, visión y valores de una cultura organizacional están dirigidos a contribuir, mediante actuaciones propias, el cumplimiento de los objetivos estratégicos y a consolidar la posición en referencia al mercado dentro del cual actúa.

Guédez (2001) afirmó que el subsistema actitudinal comprende, esencialmente todo lo que concierne a los comportamientos y sentimientos, relaciones y comunicaciones, sentido de trabajo y responsabilidades, inclinación participativa, lealtad e involucración afectiva, en fin, pauta la disposición y el compromiso de los integrantes de una comunidad y también – desde luego – representan la fuente principal del clima organizacional, es decir, del ambiente y la temperatura psicológica que se irradia en el espacio laboral y humano de la institución”(p. 59).

Orna (2005) afirmó que en toda organización se debe motivar una cultura de valores, esto da identidad a la Institución y por tanto resultados (p. 18).

Los investigadores sobre valores Costa & Gómez (1999), señalan que “valor es todo aquello que permite la plena realización del ser humano como persona” (p.16). Otros autores señalaron que es un ingrediente indispensable de la vida humana, inseparable de nuestro ser persona. Cortina (2000) afirmó que “son componentes tan inevitables del mundo humano que resulta imposible imaginar una vida sin ellos” (p. 17). Coincidiendo con los autores es de señalar que los valores son aquellos que los ciudadanos aprenden en el recorrer en el transcurso de su existencia, de la vida cotidiana, es decir que están expresados en ideas, hábitos, estilos de conducta, así como de su comportamiento.

Respeto a las personas

El respeto, es un valor fundamental en la vida de las personas en la cual debe redundar en el lugar donde se trabaja. Este vocablo respeto proviene del latín respectus y significa “atención” o “consideración”. De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española (RAE), el respeto es coherente con el homenaje o el acatamiento que se hace a alguien.

Al respecto se puede decir que el respeto es un valor que permite al individuo reconocer aceptar apreciar y evaluar las cualidades de las personas, es decir es el reconocimiento del valor propio y de los derechos de los individuos y de la sociedad, es decir que el respeto permite reconocer sus derechos y sus obligaciones para sí mismo y para los demás.

Honestidad

La honestidad constituye una condición humana que consiste en comportarse y expresarse con sinceridad y coherencia, respetando los valores de la justicia y la verdad.

La honestidad no puede basarse en los propios deseos de las personas si no como un respeto a la verdad que debe en relación a los hechos y a las personas,

actuar en forma honesta requiere de un afecto a la verdad que va más allá de las intenciones. Un hombre no puede actuar de acuerdo a sus propios intereses,

Responsabilidad

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española de la lengua la responsabilidad es “la capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente”.

La responsabilidad vocablo que procede del latín responsum, del verbo respondere, que a su vez se forma con el prefijo “re-”, que alude a la idea de repetición, de volver a atrás, y el verbo spondere, que significa ‘prometer’, ‘obligarse’ o ‘comprometerse’.

Por otro lado, Chiavenato (2000), indicó que uno de las propiedades primordiales de los trabajos en equipo es la responsabilidad; manifestando, que todos los miembros se sienten responsables del resultado logrado.

De acuerdo a Farías (2001) “la responsabilidad es la capacidad que tiene el ser humano de convocar, aceptar (individualmente) e influir (colectivamente) en las decisiones y actos que realiza conscientemente” (p. 101). Además, supone respeto por sí mismo hacia su autosuperación en términos de valía, cuidando así el uso de bienes y servicios.

Para Zeithman et al (2002) la responsabilidad es: “disponibilidad para ayudar a los clientes y para proveer el servicio con prontitud” (p. 103). Para Sabater (1998) “la responsabilidad consiste en intentar ser sujetos. No se trata de ser simplemente un engranaje, de ser simplemente fatalidad, es decir algo necesariamente actúa de una manera determinada” (p. 60). Según Lloreç Carreras y Otros (2006) “la responsabilidad es la capacidad de sentirse obligado a dar una respuesta o cumplir un trabajo sin presión externa alguna” (p. 65). En consecuencia podría decirse que la responsabilidad es un valor moral que está en la conciencia de la persona, que le admite recapacitar, disponer, orientar y juzgar los resultados de sus actos, con la habilidad de ayudar a los usuarios y proveerlos

de un servicio rápido. Tiene dos vertientes: individual y colectiva. Individualmente, es la capacidad que tiene una persona de conocer y aceptar las consecuencias de sus actos libres y conscientes. También hay que señalar que la responsabilidad agrupadamente es la capacidad de influir en lo posible en las decisiones de una colectividad, simultáneamente que responde de las decisiones que se toman como grupo social en donde estamos incluidos.

De acuerdo con los autores se puede señalar que la persona responsable es aquella que asume las consecuencias de sus actos o de sus decisiones sean o no intencionados, de tal manera que otras personas no queden perjudicadas.

Se puede decir que responsabilidad es el cumplimiento de las obligaciones, o el cuidado al tomar decisiones o realizar algo también, es responsable la persona que cumple con las funciones tareas encomendadas, la responsabilidad es inherente al ser humano cumpliendo con los trabajos de alguien o de algo.

Compromiso

El compromiso, es el valor que permite que una persona de todo de sí misma para lograr sus objetivos, es decir, que el compromiso puede ser generado para sí mismo, o para otras personas. De la misma manera, puede ser ejecutado por una sola persona o requerir del apoyo de varias.

Justicia

El valor de la justicia es estar al tanto, respetar y hacer valer los derechos de las personas que están a nuestro alrededor. Tomar decisiones apegadas al más profundo sentido de humanidad, reconocer el derecho de los trabajadores, reconocer sus méritos de buen trabajador o de un buen colaborador. Establecer justicia es dar a cada cual lo que se merece y lo que requiere para desplegar plenamente y vivir con decencia.

Valores organizacionales

Los valores organizacionales son el conjunto de principios por los que se rigen los colaboradores y empleados de un grupo de personas. Estos trabajan juntos para lograr el mismo objetivo, ya sea una empresa o una institución. Para que los valores organizacionales sean efectivos, los miembros del grupo deben ejercerlos por convencimiento propio y no por imposición, es de señalar, cada persona tiene que estar persuadido de que tiene que actuar bajo ciertas normas. También debemos decir que los valores organizacionales perjudican o favorecen directamente el desempeño del grupo, ya que están vinculados con la construcción de un ambiente de trabajo sano que permita el desarrollo humano y profesional. Estos valores tienen el objetivo de motivar al personal a que dé lo mejor de sí mismo, de manera que pueda progresar y en consecuencia, la empresa prospere. Una compañía con los valores organizacionales adecuados y llevados a la práctica idealmente por todos, se convierte en una empresa con un nivel de competitividad difícil de igualar o superar, ya que sus logros están basados en principios sólidos y únicos.

Para Bernal y Sierra (2013) los valores organizacionales son “criterios o pautas de comportamiento que orientan a la organización o compañía a ser cada vez mejor como compañía en sentido integral” (p. 96).

Es de señalar que, a través de los valores organizacionales, se toman criterios para tomar decisiones empresariales y en cómo ser más competitivos para lograr su permanencia en el mercado. Estos valores deben ser fortalecidos con la identificación institucional y el clima organizacional. Estos valores deben ser adoptados por todo el personal de la organización.

Whetten (2005) señaló que los valores son los “cimientos sobre los cuales se forman las actitudes y preferencias personales” (p. 59). Si se efectúa una comparación con las organizaciones, se podría decir que los valores organizacionales son los principios para construir actitudes y preferencias de las personas que hacen parte de ellas.

Para Scott, Dennis y Glenn (1997) “los valores son un estándar de principio o calidad de principio considerado inherentemente valedero o deseable” (p. 19), lo que los transforma en principios para la visualización, para la alineación de metas y la creación de cultura organizacional.

Al respecto, García y Dolan (2003) bosquejaron que para ser competitivos en el futuro hay que asumir los valores, es decir, la realidad demuestra que la mayoría de las empresas proponen sus valores operativos y lo hacen sin seguir ninguna axonomía o sistema de ordenación preciso e incluso la confunden frecuentemente con valores finales (p. 253).

Estos autores coinciden en que los valores proveen una base y un lenguaje común para que las empresas puedan crecer y prosperar en las épocas buenas y épocas malas.

Naessens (2010) manifestó que “los valores en la administración pública son fundamentales porque forman parte de la cultura organizativa, la cual es necesaria para la conducta del personal al ayudarlo a crecer y a desarrollarse en armonía” (p. 117).

Es de señalar que los servidores que laboran para el estado prestan una labor de servicio, los cuales deben de tener una conducta y valores intachables a fin de que los usuarios se sientan respetados y de esta manera se sientan satisfechos con la calidad de los servicios prestados.

Resumiendo, se puede señalar entonces que los valores organizacionales son estrategias que se dan conocer a los miembros de las instituciones con la finalidad de cumplir con las metas y objetivos de la institución los mismos que desde su incorporación ejercen influencia en el trabajo siendo aprobados y asumidos por todos sus miembros.

Calidad

Lahera (2004) manifestó que la calidad optimiza la productividad, mejora el rendimiento de las personas al hacerlos responsables ante los usuarios, señalando también que mejora la gestión de la dirección, justificando los cambios o innovaciones con la finalidad de persuadir a los trabajadores a fin de conseguir su apoyo y no su resistencia. Entonces, señalaremos que la calidad es básica para la edificación de un orden en la producción que permita la continuidad temporal del proceso de trabajo, concordando con Senlle (1992), que señaló que el establecimiento de la calidad asegura la prolongación, mejora las metodologías de trabajo y acrecienta la satisfacción laboral, al poner al empleado en el centro de las decisiones de la institución y considerarlo como el más importante activo, lo que conlleva la tendencia a una mayor participación de éste y a una capacitación (empowerment) del mismo para tomar decisiones (p. 36).

Para Nalda (1992) citado por Guerrero (2011) señaló que la calidad, la eficiencia en la gestión y la administración de los recursos públicos son requerimientos cada vez más solicitadas por el ciudadano que, además, “espera ser tratado adecuadamente en sus relaciones más o menos esporádicas con la administración” (p.6). Cobra así sentido ese concepto controvertido de ciudadano usuario, aunque sólo sea para exigir que a los ciudadanos se les suministren unos servicios eficaces y a la altura de sus demandas.

Se puede manifestar que con la gestión la calidad mejora el servicio, mejora la imagen de la entidad, se optimizan la utilización de los recursos, mejora la gestión, y mejora la integración del usuario hacia la institución.

Asimismo, se señala que, con calidad de los servicios, se logra rapidez y oportunidad con los se deben realizar los servicios, para que resulten eficaces, sencillos, amenos y sirva también para mejorar el desempeño de los servicios públicos. Cada vez que se expresa de la calidad en los servicios públicos, estamos hablando de un cambio hacia la mejora continua que experimenta toda

Administración Pública, con el objeto de mejorar la condición de los servicios que brinda.

Por esta sencilla razón, se indica que la calidad en los servicios públicos juega un papel importante, porque lleva implícita un ahorro de tiempo, de trabajo, de elementos de trabajo, que se traduce en menores costos y redundante en beneficio colectivo. El tener una administración pública alineada a la calidad permite que toda la organización trabaje en forma coordinada permite mejorar de un modo continuo la atención de los ciudadanos.

Dentro de este contexto, la importancia de asumir una gestión de la calidad permite brindar servicios públicos con la mayor eficiencia posible y por consiguiente, con el menor costo operable.

Liderazgo

El liderazgo es una habilidad innata de un individuo que tiene la capacidad de dirigir o guiar a otras personas, equipos u organizaciones enteras a conseguir objetivos.

Según Amorós (2006) señaló que el liderazgo contiene un proceso de influencia, por lo tanto, se puede definir como la capacidad de influir en un grupo para que consigan sus metas diseñadas (p.145).

Para Ferreira et al. (2001), citados por Rodrigues (2007), señalaron que el liderazgo “ha sido entendido como características de la personalidad, como forma de inducir obediencia, como ejercicio de influencia, como comportamiento específico, como medio de persuasión, como relación de poder, como medio de alcanzar objetivos, o como una combinación de diversificados elementos” (p. 42).

Navas, Bozal y Gestoso (2000), definieron la diferencia entre liderazgo y líder, así: “entenderemos por liderazgo la influencia de un individuo sobre un grupo y por líder la persona con capacidad de ejercer tal influencia, con

independencia de los motivos que permiten a tal persona acceder al ejercicio de dicha influencia” (p. 299).

Rodrigues (2007), citando Bass (1990) y Ferreira et al. (2001), refirió que el liderazgo es “como una interacción entre dos o más elementos de un grupo que, muchas veces implica una estructuración o reestructuración de la situación y percepciones y expectativas de los miembros” (p.42). Concordamos y consideramos que un verdadero liderazgo deberá estar atento a las señales del grupo, adaptándose, sin nunca cambiar fundamentación teórica el rumbo de los objetivos trazados, de forma a mantener su equipo motivado y activo. Empero, sobre este tema todavía hay mucho por explorar. Nuevamente Rodrigues (ibídem) ahora citando Reto y Lopes (1991) y Sims (1977), refiere que “el liderazgo es tal vez el área más investigada y menos comprendida del comportamiento organizacional” (p. 42).

Para Horton y Farnham (2007) se expresaron a cerca del comportamiento del líder orientado hacia las tareas proporciona dirección para lograr el cumplimiento de los objetivos que se persiguen en el grupo. Señalan que el líder con una orientación hacia las personas se preocupa por el bienestar, las necesidades y la satisfacción de sus seguidores (p. 434).

Para Yukl (2009) liderazgo es el proceso de influir en los demás para entender y ponerse de acuerdo sobre lo que hay que hacer y cómo hacerlo, y el proceso de facilitar el esfuerzo individual y colectivo para el logro de objetivos compartidos (p. 8).

De las teorías expuestas es necesario que dentro de las organizaciones exista un líder que se encargue de causar e incentivar a la cultura organizacional que se trabaje dentro de las mismas, indubitavelmente hay que dejarlos surgir por iniciativa propia, ya que desempeñan un papel fundamental dentro de las organizaciones en cuanto a que proporciona una base de comportamiento tanto individual como colectivo a nivel interno.

Innovación

Innovar no es únicamente desarrollar o usar tecnología con la que hacer las cosas mejor, más barato y más deprisa. El desafío es innovar para crear valor, haciendo las cosas de forma diferente e, incluso, haciendo cosas radicalmente nuevas. Una Administración Pública que pretenda innovar debe modificar sus procesos y dar lugar a marcos de trabajo propicios y esto es algo que tiene mucho que ver con una perspectiva de administración de calidad, orientada a facilitarle al ciudadano una relación más cómoda y ágil y a aumentar la capacidad de los servicios públicos. Desde esa nueva perspectiva, la innovación se convierte en un valor transversal dentro de una gestión capaz de aparecer en cualquier ámbito, y cuyo destino no es la tecnología por la tecnología, sino el uso de la tecnología como un medio para instituir valor útil para la institución, los usuarios y la sociedad. En las administraciones modernas se está originando una aplicación intensiva y transformadora de la innovación en los procesos operativos, en el progreso de la eficiencia, en el modo en que se relacionan con su ecosistema de alianzas y proveedores, en los servicios que ofrecen y, sobre todo, en cómo los ofrecen a sus ciudadanos.

Es así, (Kelly & Littman, (2007) indicaron que siguiendo técnicas que promueven la calidad, la innovación y la creatividad, pueden, en consecuencia, ver la mejoría en el performance de los servicios prestados al cliente (comunidad), con eficiencia y eficacia. Para estos escritores, y aludiendo un artículo de la revista “The Economist”, “la innovación es ahora reconocida como el ingrediente más importante de cualquier economía moderna”, y refuerzan que “la innovación es la sangre vital de todas las organizaciones” (p. 16).

1.2.3. Satisfacción del usuario

Con respecto a satisfacción, Blanco y Lobato (2013) señalaron que “es el punto en que las expectativas del cliente son cubiertas de forma eficiente por la empresa” (p. 294).

Satisfacción del cliente según el diccionario de la Real Academia Española (RAE): “es el sentimiento de bienestar que se obtiene cuando se ha cubierto una necesidad”, en este caso es la respuesta acertada hacia una queja, consulta o duda. Para Atalaya (1995) “la satisfacción es un fenómeno que no se da en abstracto siempre está ligado a aspectos objetivos que directamente afectan al usuario en su percepción” (p.23). Según Oliver (2009) definió “satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente” (p. 40).

Se afirma que satisfacción, es la apreciación que efectúa el interesado respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio responde a sus necesidades y expectativas. La satisfacción del cliente es influida por las particularidades específicas del producto o servicio y las percepciones de la calidad, También señalaremos que la satisfacción es el juicio acerca de los rasgos del producto o servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero del consumo actuando también las emociones del cliente. Entonces la satisfacción no sólo depende de la calidad del servicio sino también de las expectativas del cliente, el cliente está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas. Si las perspectivas del cliente son bajas o si el cliente tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que esté satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes

Se puede inferir que la satisfacción son sentimientos que el cliente demuestra cuando el servicio recibido cubre con sus expectativas.

Baustista (2009) señaló “una buena imagen ayuda a creer y a confiar, una mala imagen genera desconfianza, duda, rechazo. La conducta, la integración y las actitudes son los elementos básicos para establecer buenas relaciones y buen servicio” (p. 8).

De lo manifestado por el autor se deduce que los servicios deben ser brindados por personas idóneas, para lo cual son los funcionarios públicos los que deben inculcarles conductas y valores de manera que los usuarios se sientan satisfechos por la atención brindada.

Según Serna (1996) sostiene que “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p. 19).

De señalado por el autor se refiere que el cliente satisfecho es el mejor medio para darse a conocer ya que este comunica a otros sus experiencias positivas, de esta manera la empresa tiene como beneficio publicidad gratuita.

La satisfacción del usuario se da como respuesta al resultado de una evaluación a los servicios por parte de los usuarios, es decir un aumento en la calidad de servicio, tiene un resultado efectivo y significativo en la satisfacción del cliente.

Se concluye que un aumento en la calidad de servicio percibida entregada por los proveedores de servicios, tiene un efecto positivo y significativo en la satisfacción del cliente

Dimensiones de satisfacción del usuario

Capacidad de respuesta

Capacidad de respuesta es mantener contentos a los clientes, es la clave para asegurar que los clientes actuales no se conviertan en clientes pasados. El no poder cumplir con los plazos o hacer caso omiso a las preguntas puede aumentar la insatisfacción del cliente con tu empresa y estimularlos a investigar los servicios de tus competidores. Cuando la capacidad de respuesta al cliente es una prioridad, encontrarás que las oportunidades de servir a tus clientes a aumentarán, mientras que los problemas y las cuestiones de servicio disminuirán.

Según Blanco y Lobato (2013) capacidad de respuesta consiste en la “transmisión del deseo de ayudar al cliente de la mejor manera posible y sin pérdida del tiempo” (p. 318).

Se infiere que la capacidad de respuesta consiste en mantener contentos a los clientes, brindándoles ayuda rápida, en forma precisa, en el momento oportuno y sobre todo, que ésta colme sus expectativas. El usuario está siempre en la búsqueda de una atención de calidad, pero también está siempre buscando que ésta sea rápida y que solucione sus problemas; de nada sirve encontrar una salida adecuada sino es en el tiempo oportuno y con resultados satisfactorios.

Para Parasuraman et al. (1988) “capacidad de respuesta es la voluntad de ayudar a los clientes y proporcionar un rápido servicio y oportuno” (p. 25).

Celeridad en atención

Los servicios públicos deben ofrecer celeridad en la atención, porque todo usuario requiere una eficiente atención de acorde a sus necesidades y demandas, sabiendo que el tiempo del usuario es tan valioso como el tiempo de quien lo atiende.

Empatía

Para Blanco y Lobato (2013) empatía consiste en que “la atención al cliente debe ser totalmente personalizada de forma que le haga sentirse comprendido e importante” (p. 318).

La empatía es la capacidad para concebir las necesidades, sentimientos, emociones y problemas de los demás, poniéndose en su lugar y de este modo poder responder correctamente a sus reacciones emocionales. De acuerdo al modelo, la competencia emocional de empatía se logra cuando acordamos a nivel intelectual la escucha activa, a nivel emocional la comprensión y a nivel

conductual el asertividad. El que es empático desarrolla la capacidad intelectual de vivenciar la manera en que siente la otra persona, lo que le facilita la comprensión del porqué de su comportamiento y le faculta para mantener un diálogo con el otro con un estilo de interacción positivo para ambos, respetando lo que piensa y siente cada uno y buscando acuerdos de mutuo beneficio. Por ello, Balard (2013) indicó que las personas empáticas suelen tener más éxito social, ya que la empatía facilita las relaciones interpersonales, la negociación, la capacidad de persuadir y el desarrollo del carisma (p.87).

Según Zeithman, Valarie, y Bitner, (2002) la empatía es “brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa” (p. 103). Autores como Mead y Piaget (citados por Aliny Lobo Sierra et al, y Otras Autores) quienes precisaron a la empatía como “la habilidad cognitiva, propia de un individuo, de tomar la perspectiva del otro o de entender algunas de sus estructuras de mundo, sin adoptar necesariamente esta misma perspectiva” (p. 56).

Feshback (1984) definió empatía como “una experiencia adquirida a partir de las emociones de los demás a través de las perspectivas tomadas de éstos y de la simpatía, definida como un componente emocional de la empatía” (p. 67); entonces, la empatía es una destreza propia del ser humano, que nos accede entender a los demás, colocándonos en su lugar para poder entender su forma de pensar así como comprender y apreciar su punto de vista optimizando las relaciones interpersonales que permiten la buena comunicación, forjando sentimientos de cariño, comprensión y simpatía. Asimismo, para que esta habilidad pueda desarrollarse de la mejor manera se deben tomar en consideración algunas capacidades de la conducta tales como: la calidad de interrelación, el desarrollo moral, buena comunicación y el altruismo (generosidad).

Pero también la empatía cumple las funciones de estimulación e información ya que va dirigida a aliviar la necesidad de otra persona, accediendo obtener información acerca del modo en la cual se debe valorar el bienestar de los demás. Debemos indicar que una persona es empática cuando sabe escuchar con esmero a los demás, pero mejor aún sabe cuándo debe hablar y está dispuesto a

discutir de los problemas para así encontrar una solución a ellos. Así que ser empático es simplemente ser capaces de entender emocionalmente a las personas, lo cual es la clave del éxito en las relaciones interpersonales. En consecuencia, la empatía es un valor propio del ser humano que le permite ponerse en el lugar de otras personas, de ese modo poder entender los problemas que lo aquejan y así ayudarlo de una manera más eficiente.

Empatía implica tener amabilidad con el cliente a fin de generar confianza y permitir una buena comunicación, que finalmente cause satisfacción en el usuario. En este punto, se tiene que trabajar mucho con el capital humano que está implicado en la atención al usuario, se tiene que fortificar la identificación institucional, pero sobre todo no se debe descuidar la satisfacción de los trabajadores, ya que para brindar calidad externa se debe contar con calidad interna.

Elementos tangibles

Según Blanco y Lobato (2013) los elementos tangibles comprenden “la apariencia de los empleados, las instalaciones y los medios de comunicación, como formularios, cartas, etc.” (p. 318).

De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española (RAE) tangible “proviene de la palabra en latín tangibilis; adj, “que se puede tocar” y en donde en la escala SERVQUAL, los elementos tangibles están relacionados con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Es decir, son los aspectos físicos que el cliente observa en la organización. Asimismo, aspectos como limpieza y modernidad son evaluadas en los elementos personas, infraestructura y objetos. Zeithman, et al (2002) puntualizan a los elementos tangibles “a la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación (p. 103). Todos ellos transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio, que los clientes utilizan en particular, para evaluar la calidad.

Para la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas SAC CIBERTEC (2007) considera que los elementos tangibles son los aspectos físicos tales como las instalaciones, el personal, la documentación y el material de comunicación que utilizan a primera vista, señalando que es la representación que la empresa proyecta para poder construir lealtad, no está demás señalar que esta imagen física tiene que exceder las expectativas del cliente, también señalaremos que son los elementos físicos; equipos, personal, dinero, materiales de comunicación etc., que sirven para una mejor comodidad, precisión y rapidez, así como una debida utilidad de ellos. Se concluye que los elementos tangibles son la ubicación y acceso a las áreas de la institución, la información que brindan los empleados, los equipos que se emplea durante la consulta y el material de comunicación.

Mediante los elementos tangibles tales como equipamiento, infraestructura, personal, se puede ofrecer una buena atención al cliente. Estos elementos deben ser monitoreados y evaluados constantemente, a fin de que cumplan con los niveles de calidad adecuados. Se debe considerar que un buen servicio involucra no sólo la atención personalizada sino también equipamiento de última generación y ambientes adecuados.

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

Teóricamente esta investigación destaca la importancia que tiene ahondar en el estudio teórico de las tecnologías de la información y la comunicación, los valores y la satisfacción, lo que permitirá sustentar la investigación.

La presente investigación desde el punto de vista teórico, resalta la importancia que tiene en el análisis en la presente investigación de los sistemas de información en el servicio brindado, los valores y satisfacción del usuario externo; sobre todo en las entidades públicas estatales siendo relevante en la Ugel 03, que busca lograr la eficiencia y eficacia en los servicios que brinda a las instituciones y

usuarios en general y vulnerable, en el marco de la modernización del Estado este pretende afrontar la creciente problemática en el servicio que brindan las instituciones de dedicadas a la administración de la educación a la ineficiente capacidad de sistemas de información que permitan dar respuesta a los trámites al más breve plazo, el contar con equipos tecnológicos de última generación dará dinamismo a los servicios que brinda el estado. En este sentido, el desarrollo de esta investigación pretende dinamizar los servicios que brinda el Estado a través de sistemas de información que permitan agilizar los trámites que son en su gran mayoría tediosos y por otro lado limitan la capacidad de gestión. Los conceptos teóricos de sistemas de información, valores y satisfacción al usuario externo permitirán ampliar el acervo teórico existente para continuar mejorando y actualizando los conceptos de los sistemas de información valores y satisfacción del usuario externo en la Ugel03. Este aporte teórico será relevante para uno de los procesos de la administración como lo es la organización y su relevancia en los procedimientos y servicio brindado a los mencionados usuarios.

1.3.2. Justificación práctica

Su trascendencia práctica se basa en que los resultados que se obtengan en esta investigación, permitirán determinar la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la satisfacción de los usuarios externos. Asimismo, este estudio permitirá a otros investigadores tener antecedentes para continuar indagando sobre este tema.

De acuerdo con los objetivos de estudio, esta investigación se justifica porque permitirá mejorar significativamente el servicio brindado en la Ugel 03. Su trascendencia se sustenta en que los resultados que se obtengan en esta investigación, permitirán en el futuro que la institución investigada mejore sus sistemas de información, valores y satisfacción al usuario externo y que los servicios que brinda logren ser eficientes y transparentes. Asimismo, esta investigación permitirá a otros investigadores profundizar sobre los sistemas de información para la mejor toma de decisiones.

1.3.3. Justificación metodológica

Esta investigación se respalda en el paradigma positivista con un enfoque cuantitativo. La recolección de información será organizada y metódica con un análisis estadístico y descriptivo que pondere la realidad existente.

Esta tesis se sustenta en un enfoque cuantitativo que busca la descripción más precisa de lo que ocurre en la realidad social, enfatizando en la deducción, conceptualización y medición. La recolección de información se efectuará en forma ordenada con un análisis estadístico y descriptivo que cuantifique la realidad social. De otro lado, esta investigación resulta relevante ya que contribuirá a mejorar los servicios que brinda la Ugel 03 a la población y disminuir significativamente las quejas y reclamos, cumpliéndose de esta manera con los objetivos trazados por el Estado en el marco de la modernización, cuya finalidad de servicio a la ciudadanía logre satisfacer las necesidades de la población en general actuando con transparencia, eficiencia y eficacia. La realización del presente estudio beneficiará a los usuarios que acuden continuamente a esta prestigiosa institución, ya que al alcanzar los objetivos se llegará a determinar el nivel de la gestión de la Ugel 03 y se propondrán recomendaciones para su mejoramiento.

1.3.4. Justificación epistemológica

El desarrollo de la presente investigación se justifica epistemológicamente ya que incrementará el nivel de información y conocimiento sobre las tecnologías de la información comunicación, valores y su incidencia en la satisfacción del usuario externo.

En esta era de la modernidad esencialmente el uso de la tecnología permitirá alcanzar las metas organizacionales utilizando tecnologías y sistemas de información que transformarán el mundo organizacional; en la actualidad la fuerza laboral tanto en el sector público o privado dependen de los sistemas de

información lo cual permitirá dinamizar el trabajo, servicio y así alcanzar los objetivos organizacionales.

Es importante señalar que la tecnología de la información va en constante auge por ende se incrementa la innovación gerencial en los negocios; los gerentes realizan reuniones virtuales y teleconferencias que llevadas a nuestra realidad permitirán mejorar las atenciones en los servicios que la Ugel03 brinda a sus usuarios llegar a los lugares más recónditos de nuestro país a través de la web institucional que para ello tiene implementada. Para tal efecto el Estado deberá poner más énfasis y dotar de los recursos económicos para mejorar ostensiblemente los software y hardware del área de tecnología, considerando que talento humano existe; por lo tanto el desafío es lograr el bien común.

Los valores basada en los principios de organización de la teoría administrativa; se convierte en una herramienta importante en la gestión pública donde los procesos decisionales en contextos complejos y de diversos actores permitirán operar la maquinaria estatal para alcanzar objetivos y diseñar estrategias. El Estado peruano va creando valor público a través de los servicios; regulaciones a través de la ley del código de ética de la función pública; permitiendo que se logre una mejor atención a la sociedad logrando resultados y y cambios en la gestión de la institución

El servicio considerado como el conjunto de prestaciones que el usuario espera se propone como la búsqueda de mucho más por ende los integrantes de la organización o servidores públicos cumplan con las funciones encomendadas por el Estado, actuando con principios de respeto, probidad, eficiencia, justicia y equidad. Todo ello permitirá actuar con transparencia, mejorar la gestión y la relación con los usuarios; buscando el justo medio, es decir el bien para la mayoría de la población; alcanzando justicia social y que finalmente culmine con la felicidad para ambos, en donde la satisfacción del usuario depende de la calidad del servicio que se le presta.

1.4. Problema

El avance tecnológico a nivel mundial ha influido para que las instituciones públicas adopten buenas prácticas en la implementación de tecnologías de información y comunicación en los últimos años; lo cual los está haciendo más competitivos y reconocidos internacionalmente. Por ello se debe tomar en cuenta estas variables que permiten inserción en un mundo globalizado.

En esta época altamente globalizada el uso de las tecnologías juega un papel importante en la modernización del estado, ya que resultan ser un potente medio para mejorar la eficiencia y la eficacia en las instituciones públicas. En este sentido, las tecnologías de la información y la comunicación resultan fundamentales para mejorar la administración, la interacción con los usuarios y, sobre todo, para hacer sentir plena satisfacción por los servicios que se les brinden.

De otro lado, el uso de los valores, que vienen a ser cualidades de las personas para el desempeño de sus labores, son indispensables; ya que resulta difícil imaginar el desarrollo de cualquier actividad sin el respeto a las personas, la honestidad, la responsabilidad y el compromiso que todo servidor público debe ejercer durante sus actividades. Se puede afirmar entonces, que sin valores personales no sería posible llevar a la práctica un programa que permita un manejo eficiente del trabajo que se desempeña.

Cuando se habla de satisfacción del usuario, esta es la resultante del aumento del nivel de calidad del servicio proporcionado por los servidores, de un mejor trabajo, así como de la evaluación del servicio. Esta evaluación comprende una serie de dimensiones tales como capacidad de respuesta, empatía, elementos tangibles, calidad de recursos humanos, calidad de los ambientes, equipos y mobiliarios con los que cuenta la entidad; en aspectos que, de no ser considerados y atendidos, difícilmente conducirían a la obtención de resultados de satisfacción del usuario

Considerándose lo expuesto, la satisfacción del usuario es un tema de gran relevancia, considerando que actualmente las tecnologías de la información y la comunicación juegan un papel importante en la modernización del estado, por lo tanto, se hace necesario implementarlas en las instituciones del estado, con la finalidad de brindar un servicio de calidad y lograr la satisfacción de los usuarios.

La presente investigación se realiza con el propósito de demostrar la influencia que generan las tecnologías de la información y la comunicación, y los valores en la satisfacción del usuario externo de la UGEL 03-Lima; esto también con la finalidad de ayudar a mejorar la gestión en la administración pública, fortaleciendo esta práctica fundamental que permita brindar un servicio de calidad a los ciudadanos.

1.4.1. Problema general

¿Existe incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016?

1.4.2. Problemas específicos

Problema específico 1

¿Existe incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016?

Problema específico 2

¿Existe incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la empatía a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016?

Problema específico 3

¿Existe incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en los aspectos tangibles ofrecidos a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016?

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

1.5.2. Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

Hipótesis específica 2

Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en la empatía a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

Hipótesis específica 3

Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en los elementos tangibles ofrecidos a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la satisfacción de los usuarios externos – Lima, 2016.

1.6.2. Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la capacidad de respuesta a los usuarios externos – Lima, 2016.

Objetivo específico 2

Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la empatía a los usuarios externos – Lima, 2016.

Objetivo específico 3

Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en los elementos tangibles brindados a los usuarios externos – Lima, 2016.

II. Marco metodológico

2.1. Variables

2.1.1. Definición conceptual

Variable independiente: Tecnologías de la información y la comunicación

Para Romero (2011) “es un término que se utiliza para designar a todas aquellas herramientas (técnicas, desarrollos y dispositivos) que facilitan el almacenamiento, proceso y transmisión de datos a través de medios electrónicos” (p. 5).

Variable independiente: Valores

Según Bernal y Sierra (2013), “en el nuevo ambiente mundial de los negocios, se han convertido en el fundamento de las acciones de las organizaciones o corporaciones que quieren permanecer en el mercado y ser competitivas” (p. 96).

Variable dependiente: Satisfacción

Según Blanco y Lobato (2013) “es el punto en que las expectativas del cliente son cubiertas de forma eficiente por la empresa” (p. 294).

2.1.2. Definición operacional

Variable independiente: Tecnologías de la información y la comunicación

Esta variable presenta, en cuanto a su organización, tres dimensiones que son evaluadas por un total de nueve indicadores, con los cuales se ha podido estructurar 18 ítems para la recolección de información a través del instrumento de cuestionario tipo Likert.

Variable independiente: Valores

Esta variable presenta, en cuanto a su organización, dos dimensiones que son evaluadas por un total de diez indicadores, con los cuales se ha podido estructurar 20 ítems para la recolección de información a través del instrumento de cuestionario tipo Likert.

Variable dependiente: Satisfacción

Esta variable presenta, en cuanto a su organización, tres dimensiones que son evaluadas por un total de nueve indicadores, con los cuales se ha podido estructurar 18 ítems para la recolección de información a través del instrumento de cuestionario tipo Likert.

2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la variable tecnologías de la información y la comunicación

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala/valores	Niveles/rangos
Innovación	Medios de comunicación	1-2	1: Totalmente en desacuerdo	Bajo 18-30
	Mejoras en la administración	3-4	2: En desacuerdo	Medio 31-60
	Renovación tecnológica	5-6	3: Indiferente	Alto 61-90
			4: De acuerdo	
Interactividad			5: Totalmente de acuerdo	
	Redes de comunicación	7-8		
	Sitios web	9-10		
	Transmisión de la información	11-12		
Interconexión	Reciprocidad de la información	13-14		
	Empleo de dispositivos	15-16		
	Ahorro de tiempo	17-18		

Tabla 2

Matriz de operacionalización de la variable valores

Dimensiones	Indicadores	Items	Escala/valores	Niveles/rangos
Valores humanos	Respeto por las personas	1-2	1: Totalmente en desacuerdo	Bajo 20-33
	Honestidad	3-4	2: En desacuerdo	Medio 34-66
	Responsabilidad	5-6	3: Indiferente	Alto 67-100
	Compromiso	7-8	4: De acuerdo	
	Justicia	9-10	5: Totalmente de acuerdo	
Valores organizacionales	Calidad	11-12		
	Productividad	13-14		
	Participación	15-16		
	Liderazgo	17-18		
	Innovación	19-20		

Tabla 3

Matriz de operacionalización de la variable dependiente satisfacción

Dimensiones	Indicadores	Items	Escala/valores	Niveles/rangos
Capacidad de respuesta	Celeridad en la atención	1-2	1: Totalmente en desacuerdo	Bajo 18-30
	Disposición de recursos humanos	3-4	2: En desacuerdo	Medio 31-60
	Horarios de atención	5-6	3: Indiferente	Alto 61-90
			4: De acuerdo	
			5: Totalmente de acuerdo	
Empatía	Disposición para solucionar los problemas	7-8		
	Trato cortés y amable	9-10		
	Comunicación apropiada	11-12		
Elementos tangibles	Recursos humanos	13-14		
	Ambientes	15-16		
	Equipos y mobiliarios	17-18		

2.3. Metodología

El presente estudio fue no experimental. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) son “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152).

2.4. Tipo de estudio

La presente investigación fue de tipo básica, explicativa, cuantitativa, transversal.

Sobre la investigación básica:

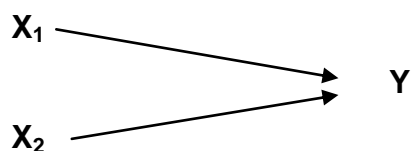
Es conocida también como investigación teórica, pura o fundamental. Está destinada a aportar un cuerpo organizado de conocimientos científicos y no produce necesariamente resultados de utilidad práctica inmediata. Se preocupa por recoger información de la realidad para enriquecer el conocimiento teórico-científico, orientado al descubrimiento de principios y leyes. (Valderrama, 2013, p. 164)

Sobre los estudios explicativos, Hernández, Fernández y Baptista (2014), expresan que “pretenden establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian” (p. 95). De otro lado, sobre la investigación cuantitativa indican que “ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista basado en conteos magnitudes” (p. 15).

2.5. Diseño

En el proceso de la investigación se empleó el diseño de investigación transeccional relacional-causal. Con respecto a este diseño, Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que “describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto” (p. 158). Finalmente, sobre la investigación de tipo transversal, refieren que son “investigaciones que recopilan datos en un momento único” (p. 154).

El esquema que le corresponde a este tipo de investigación es:



Donde:

X_1 Variable independiente

X_2 Variable independiente

Y Variable dependiente

2.6. Población y muestra

2.6.1. Población

Sobre la población, Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostienen que es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174). Para efectos de la presente investigación, se consideró el promedio de las personas atendidas en la institución durante los meses de enero a agosto del 2016, la que asciende a 10,000.

2.6.2. Muestra

Una muestra, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “es en esencia, un sub grupo de la población” (p. 175). Para Tamayo y Tamayo (2001) es “un conjunto de elementos seleccionados con la intención de averiguar algo sobre la población de la cual tomamos” (p. 87).

En este caso, se utilizó la muestra probabilística, sobre la cual Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen “subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos” (p. 175).

FÓRMULA PARA MUESTRAS FINITAS:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

N = Población

σ = Desviación estándar de la población (0.5)

Z = Nivel de confianza (1.96)

e = Error de estimación (0.05)

Aplicando la fórmula se obtuvo una muestra de: 370 personas.

2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.7.1. Técnicas

La técnica utilizada fue la encuesta, mediante la cual se obtuvo información de la muestra seleccionada. Para Valderrama (2013) la encuesta “es un instrumento de la investigación, que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (p.96).

2.7.2. Instrumentos

El instrumento utilizado fue el cuestionario, sobre el que Hernández, Fernández y Baptista (2014) lo definen como el “conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (p. 217).

Las preguntas del cuestionario fueron cerradas y se utilizó el escalamiento tipo Likert. Sobre este método Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostienen que es un “conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” (p. 238). Para las tres variables se utilizó el siguiente formato:

Totalmente en desacuerdo	=	1
En desacuerdo	=	2
Indiferente	=	3
De acuerdo	=	4
Totalmente de acuerdo	=	5

2.7.3. Proceso de validación

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), validez es el “grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (p. 200).

El proceso de validación se realizó mediante la opinión de juicio de tres expertos, quienes respondieron al cuestionario de consulta que indaga sobre la validez del instrumento propuesto. Los profesionales son docentes universitarios e investigadores de la UCV, que fueron autorizados para realizar dicha acción.

Tabla 4

Validez de instrumentos por expertos

Docente Investigador	Pertinencia	Relevancia	Claridad
Dra. Méndez elizarbe Gliria S.	Aplicable	Aplicable	Aplicable
Dr. Sotelo Estacio Carlos	Aplicable	Aplicable	Aplicable
Dr. Núñez Lira Luis	Aplicable	Aplicable	Aplicable

Nota: La fuente se obtuvo de los certificados de validez del instrumento. Ver anexo.

2.7.4. Confiabilidad del instrumento

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), confiabilidad viene a ser el “grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (p. 200). A fin de establecer la confiabilidad del instrumento, se aplicó la prueba piloto a 25 usuarios de la institución investigada a través del coeficiente Alfa de Cronbach con la ayuda del estadístico SPSS V23.

Confiabilidad de tecnologías de la información y la comunicación

Tabla 5

Estadísticos de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,770	18

Luego de haber realizado el análisis del Alfa de Cronbach de los 18 elementos a la muestra, a través del estadístico SPSS V23, se obtuvo como resultado un 0.770 de fiabilidad del instrumento de recolección de datos; denominándolo, de acuerdo al rango, con una magnitud fuerte de confiabilidad.

Confiabilidad de valores

Tabla 6

Estadísticos de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,807	20

Luego de haber realizado el análisis del Alfa de Cronbach de los 20 elementos a la muestra, a través del estadístico SPSS V23, se obtuvo como resultado un 0.807 de fiabilidad del instrumento de recolección de datos; denominándolo, de acuerdo al rango, con una magnitud fuerte de confiabilidad.

Confiabilidad de satisfacción

Tabla 7

Estadísticos de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,811	18

Luego de haber realizado el análisis del Alfa de Cronbach de los 18 elementos a la muestra, a través del estadístico SPSS V23, se obtuvo como resultado un 0.811 de fiabilidad del instrumento de recolección de datos; denominándolo, de acuerdo al rango, con una magnitud fuerte de confiabilidad.

2.8. Métodos de análisis de datos

Después que los datos se codificaron, transferido a una matriz y guardado en un archivo, se procedió a analizarlos descriptiva e inferencialmente.

La estadística descriptiva consiste en describir los datos mediante una distribución de frecuencias, que según Hernández, Fernández y Baptista (2014), son un “conjunto de puntuaciones de una variable ordenadas en sus respectivas categorías” (p. 282).

La estadística inferencial, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), es una “estadística para probar hipótesis y estimar parámetros” (p. 299). En la presente investigación se utilizó el modelo de regresión logística, para evaluar el efecto de las variables independientes sobre la variable dependiente.

2.9. Aspectos éticos

La presente investigación contó con el apoyo y autorización de la institución y los encuestados.

III. Resultados

3.1. Descripción de los resultados

Para el presente estudio, los resultados obtenidos han sido analizados en el nivel descriptivo y en el nivel inferencial, según los objetivos y las hipótesis formuladas.

En el nivel descriptivo, se han utilizado frecuencias y porcentajes para determinar los rangos preponderantes de la variable independiente tecnologías de la información y la comunicación y sus dimensiones: interactividad, innovación e interconexión; de la variable independiente valores y sus dimensiones: valores humanos y valores organizacionales; así como de la variable dependiente: satisfacción y de sus dimensiones: capacidad de respuesta, empatía y elementos tangibles.

En el nivel inferencial, considerando que los datos son cualitativos ordinales, se ha hecho uso de la estadística no paramétrica y como tal se utilizó el modelo de regresión logística, para contrastar las hipótesis postuladas y mostrar la dependencia entre las variables independientes frente a la variable dependiente.

3.1.1. Análisis descriptivo de tecnologías de la información y la comunicación

Tabla 8

Frecuencia de tecnologías de la información y la comunicación

Tecnologías de la información y la comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	1.1%
Medio	180	48.6%
Alto	186	50.3%
Total	370	100.0%

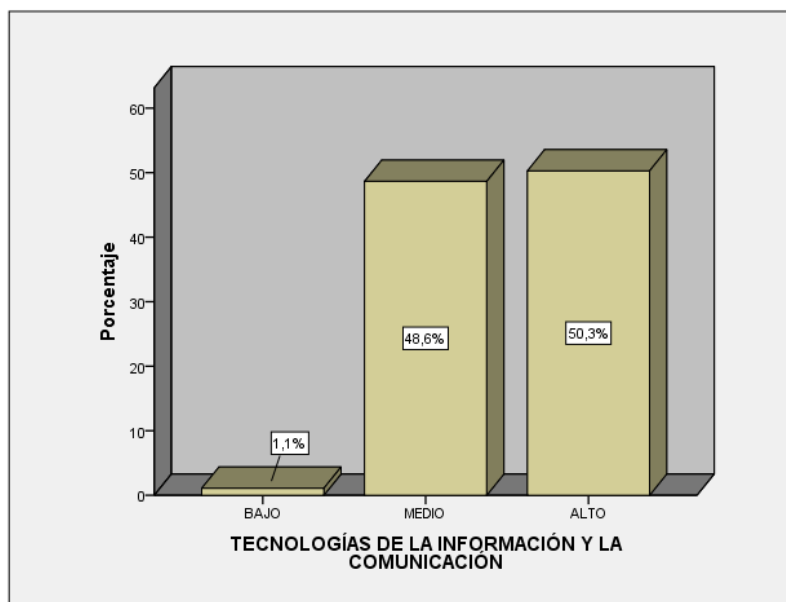


Figura 1. Tecnologías de la información y la comunicación

Interpretación:

De todos los usuarios, que constituyen el 100% de la muestra, se puede apreciar que el 50.3% de los encuestados perciben que las tecnologías de la información y la comunicación se encuentran en un nivel “alto”, el 48.6% las considera en un nivel “medio” y el 1.1% en un nivel “bajo”. Entonces se puede concluir que los encuestados consideran que las tecnologías de la información y la comunicación se encuentran en un nivel alto.

3.1.2. Analisis descriptivo de las dimensiones de tecnologías de la información y la comunicación

Tabla 9

Frecuencia de Innovación

Innovación	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	1.1%
Medio	232	62.7%
Alto	134	36.2%
Total	370	100.0%

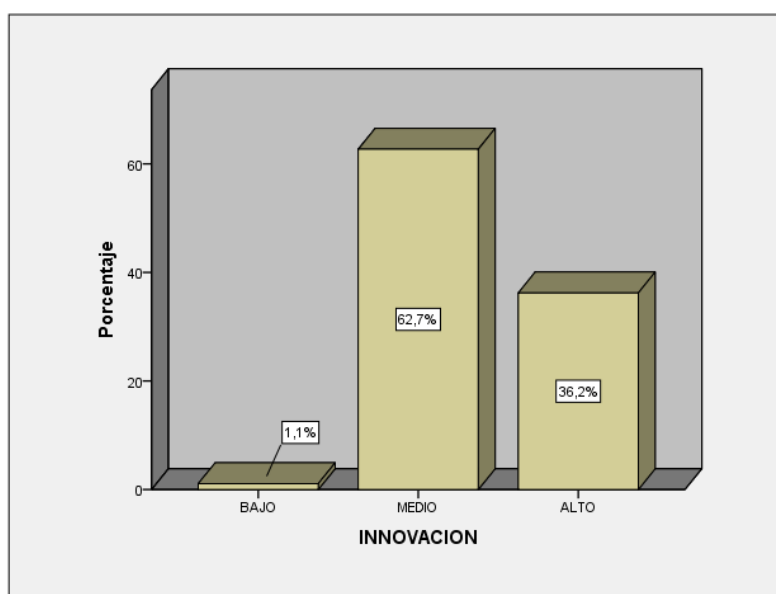


Figura 2. Innovación

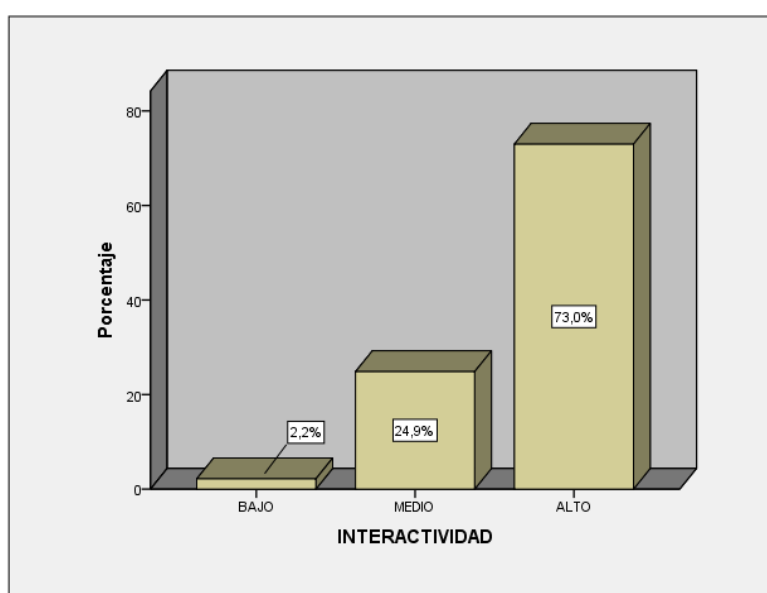
Interpretación:

De todos los usuarios, que constituyen el 100% de la muestra, se puede apreciar que el 62.7% de los encuestados perciben que la innovación se encuentra en un nivel “medio”, el 36.2% la considera en un nivel “alto” y el 1.1% en un nivel “bajo”. Entonces se puede concluir que los encuestados consideran que la innovación se encuentra en un nivel medio dentro de las tecnologías de la información y la comunicación.

Tabla 10

Frecuencia de interactividad

Interactividad	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	2.2%
Medio	92	24.9%
Alto	270	73.0%
Total	370	100.0%

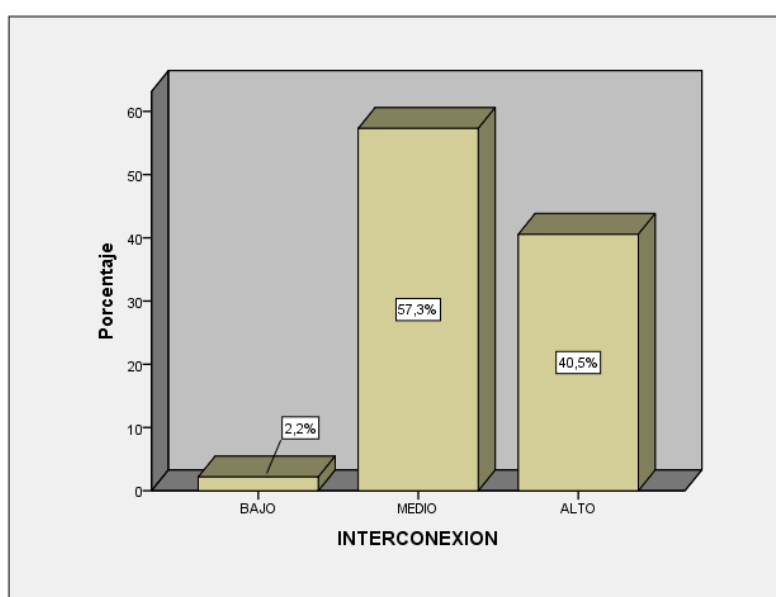
*Figura 3. Interactividad***Interpretación:**

De todos los usuarios, que constituyen el 100% de la muestra, se puede apreciar que el 73.0% de los encuestados perciben que la interactividad se encuentra en un nivel “alto”, el 24.9% la considera en un nivel “medio” y el 2.2% en un nivel “bajo”. Entonces se puede concluir que los encuestados consideran que la interactividad se encuentra en un nivel alto dentro de las tecnologías de la información y la comunicación.

Tabla 11

Frecuencia de interconexión

Interconexión	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	2.2%
Medio	212	57.3%
Alto	150	40.5%
Total	370	100.0%

*Figura 4. Interconexión***Interpretación:**

De todos los usuarios, que constituyen el 100% de la muestra, se puede apreciar que el 57.3% de los encuestados perciben que la interconexión se encuentra en un nivel “medio”, el 40.5% la considera en un nivel “alto” y el 2.2% en un nivel “bajo”. Entonces se puede concluir que los encuestados consideran que la interconexión se encuentra en un nivel medio dentro de las tecnologías de la información y la comunicación.

3.1.3. Analisis descriptivo de valores

Tabla 12

Frecuencia de valores

Valores	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Medio	220	59.5%
Alto	150	40.5%
Total	370	100.0%

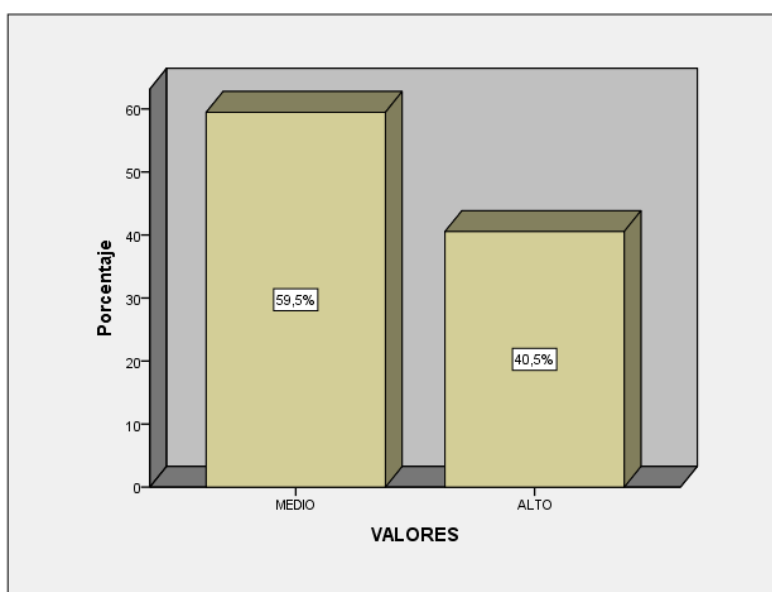


Figura 5. Valores

Interpretación:

De todos los usuarios, que constituyen el 100% de la muestra, se puede apreciar que el 59.5% de los encuestados perciben que los valores se encuentran en un nivel “medio” y el 40.5% en un nivel “alto”. Entonces se puede concluir que los encuestados consideran que los valores se encuentran en un nivel medio.

3.1.4. Análisis descriptivo de las dimensiones de valores

Tabla 13

Frecuencia de valores humanos

Valores humanos	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	3.2%
Medio	216	58.4%
Alto	142	38.4%
Total	370	100.0%

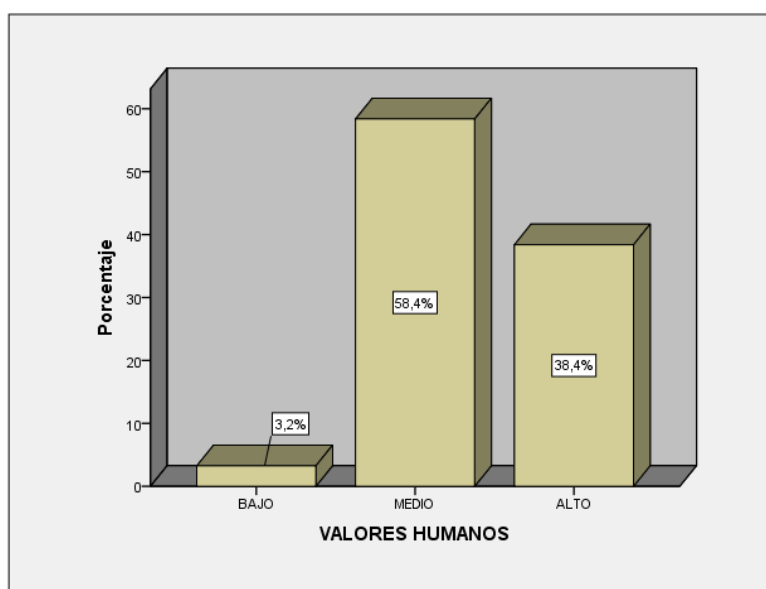


Figura 6. Valores humanos

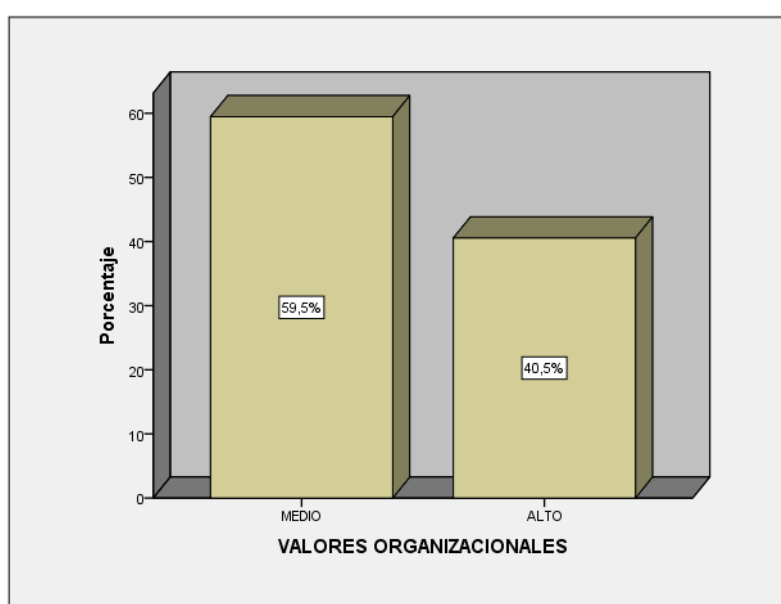
Interpretación:

De todos los usuarios, que constituyen el 100% de la muestra, se puede apreciar que el 58.4% de los encuestados perciben que los valores humanos se encuentra en un nivel “medio”, el 38.4% los considera en un nivel “alto” y el 3.2% en un nivel “bajo”. Entonces se puede concluir que los encuestados consideran que los valores humanos se encuentran en un nivel medio dentro de los valores.

Tabla 14

Frecuencia de valores organizacionales

Valores organizacionales	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Medio	220	59.5%
Alto	150	40.5%
Total	370	100.0%

*Figura 7. Valores organizacionales***Interpretación:**

De todos los usuarios, que constituyen el 100% de la muestra, se puede apreciar que el 59.5% de los encuestados perciben que los valores organizacionales se encuentran en un nivel “medio” y el 40.5% en un nivel “alto”. Entonces se puede concluir que los encuestados consideran que los valores organizacionales se encuentran en un nivel medio dentro de los valores.

3.1.5. Análisis descriptivo de satisfacción

Tabla 15

Frecuencia de satisfacción

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Medio	264	71.4%
Alto	106	28.6%
Total	370	100.0%

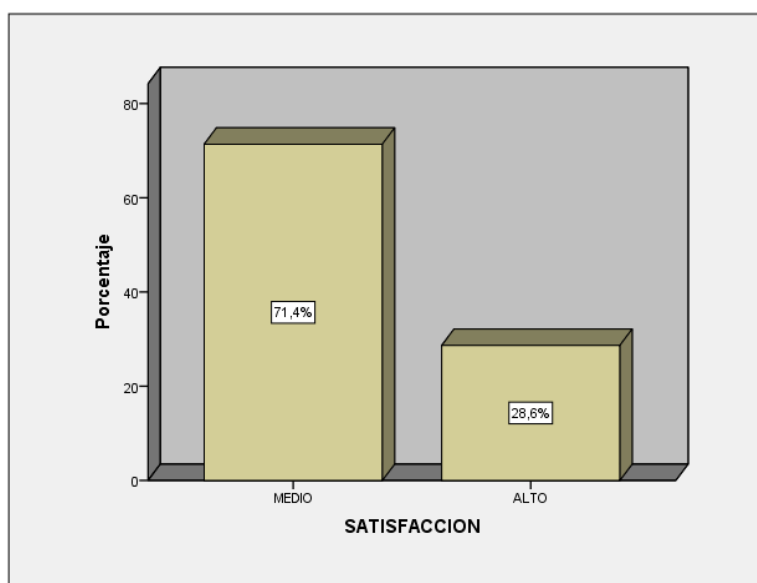


Figura 8. Satisfacción

Interpretación:

De todos los usuarios, que constituyen el 100% de la muestra, se puede apreciar que el 71.4% de los encuestados perciben que la satisfacción se encuentra en un nivel “medio” y el 28.6% en un nivel “alto”. Entonces se puede concluir que los encuestados consideran que la satisfacción se encuentra en un nivel medio.

3.1.6. Análisis descriptivo de las dimensiones de la variable satisfacción

Tabla 16

Frecuencia de capacidad de respuesta

Capacidad de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	3.2%
Medio	228	61.6%
Alto	130	35.1%
Total	370	100.0%

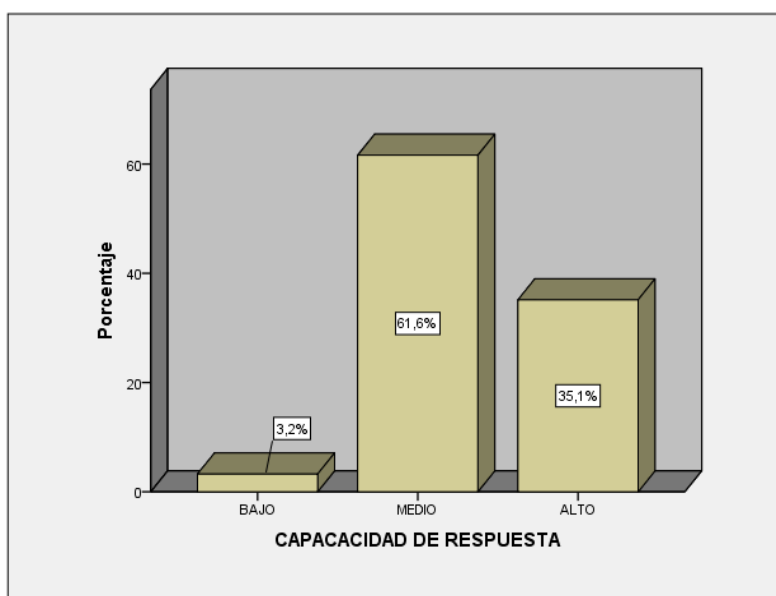


Figura 9. Capacidad de respuesta

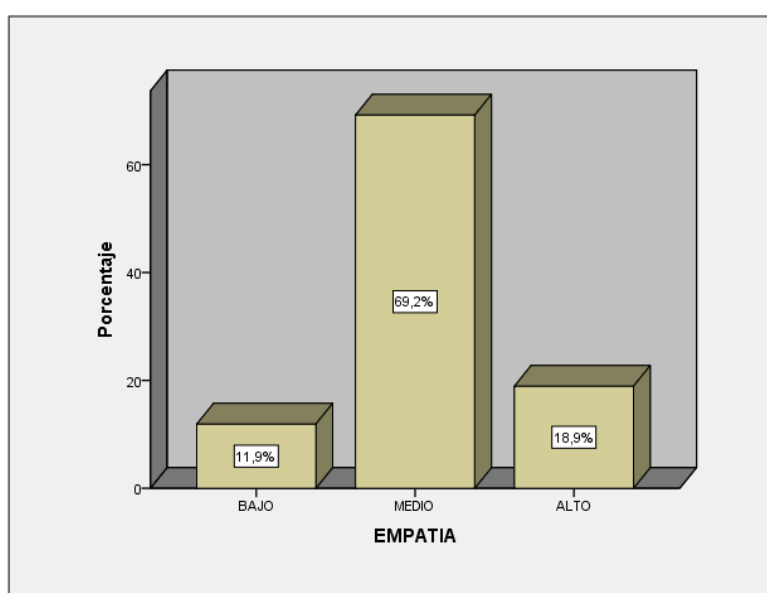
Interpretación:

De todos los usuarios, que constituyen el 100% de la muestra, se puede apreciar que el 61.6% de los encuestados perciben que la capacidad de respuesta se encuentra en un nivel “medio”, el 35.1% la considera en un nivel “alto” y el 3.2% en un nivel “bajo”. Entonces se puede concluir que los encuestados consideran que la capacidad de respuesta se encuentra en un nivel medio dentro de la satisfacción.

Tabla 17

Frecuencia de empatía

Empatía	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	44	11.9%
Medio	256	69.2%
Alto	70	18.9%
Total	370	100.0%

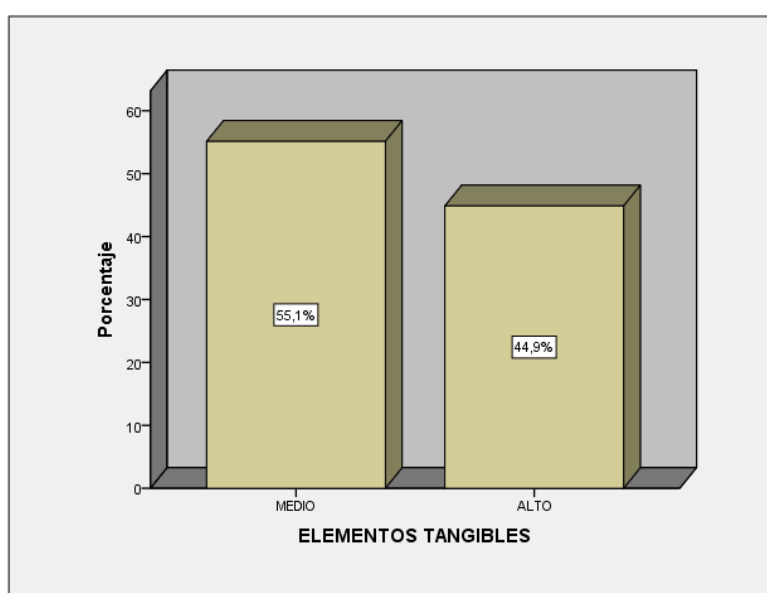
*Figura 10. Empatía***Interpretación:**

De todos los usuarios, que constituyen el 100% de la muestra, se puede apreciar que el 69.2% de los encuestados perciben que la empatía se encuentran en un nivel “medio”, el 18.9% la considera en un nivel “alto” y el 11.9% en un nivel “bajo”. Entonces se puede concluir que los encuestados consideran que la empatía se encuentra en un nivel medio dentro de la satisfacción.

Tabla 18

Frecuencia de elementos tangibles

Elementos tangibles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0.0%
Medio	204	55.1%
Alto	166	44.9%
Total	370	100.0%

*Figura 11. Elementos tangibles***Interpretación:**

De todos los usuarios, que constituyen el 100% de la muestra, se puede apreciar que el 55.1% de los encuestados perciben que los elementos tangibles se encuentran en un nivel “medio” y el 44.9% en un nivel “alto”. Entonces se puede concluir que los encuestados consideran que los elementos tangibles se encuentran en un nivel medio dentro de la satisfacción.

3.1.7. Contraste de hipótesis general

H_A = Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

H_O = Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores no inciden en la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

Tabla 19

Información de ajuste del modelo de regresión de TIC, valores y satisfacción

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	155,841			
Final	16,561	139,280	3	,000

Función de enlace: Logit.

Interpretación

La información de ajuste de los modelos indica que existe dependencia de las variables independientes TIC y valores frente a la variable dependiente satisfacción (chi-cuadrado: 139.280; gl: 3; $p < 0.05$).

Tabla 20

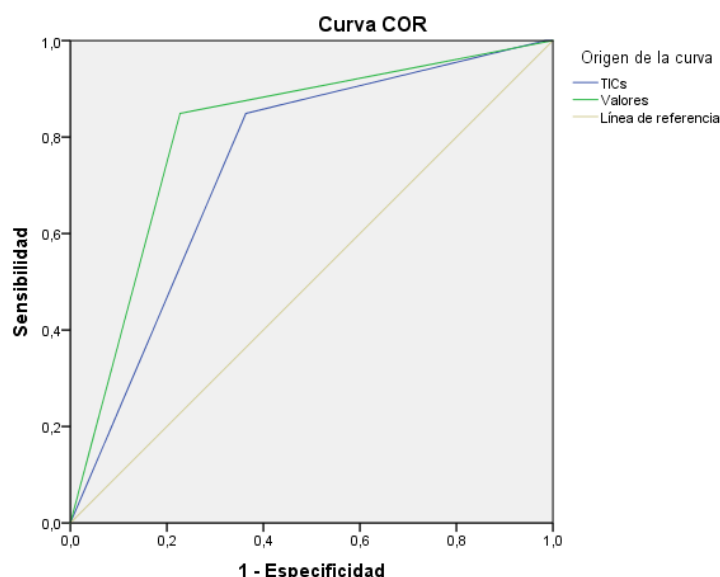
Pseudo R cuadrado del modelo de regresión de TIC, valores y satisfacción

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,314
Nagelkerke	,449
McFadden	,314

Función de enlace: Logit.

Interpretación

El valor de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke indica que la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima 2016, se debe al 44.9% de las TIC y los valores.



Los segmentos de diagonal se generan mediante empates.

Figura 12. Curva COR de la influencia de las TIC y los valores en la satisfacción

Interpretación

Según la figura 12, los valores representan el 81.1% (0.811) del área en la curva COR, mientras que las tecnologías de la información y la comunicación representan el 74.4% (0.744) del área en la curva COR. Esto indica que las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

3.1.8. Contraste de hipótesis específica 1

$H_A =$ Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

$H_0 =$ Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores no inciden en la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

Tabla 21

Información de ajuste del modelo de TIC, valores y capacidad de respuesta

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	128,783			
Final	33,821	94,962	3	,000

Función de enlace: Logit.

Interpretación

La información de ajuste de los modelos indica que existe dependencia de las variables independientes TIC y valores frente a la dimensión capacidad de respuesta (chi-cuadrado: 94.962; gl: 3; $p < 0.05$).

Tabla 22

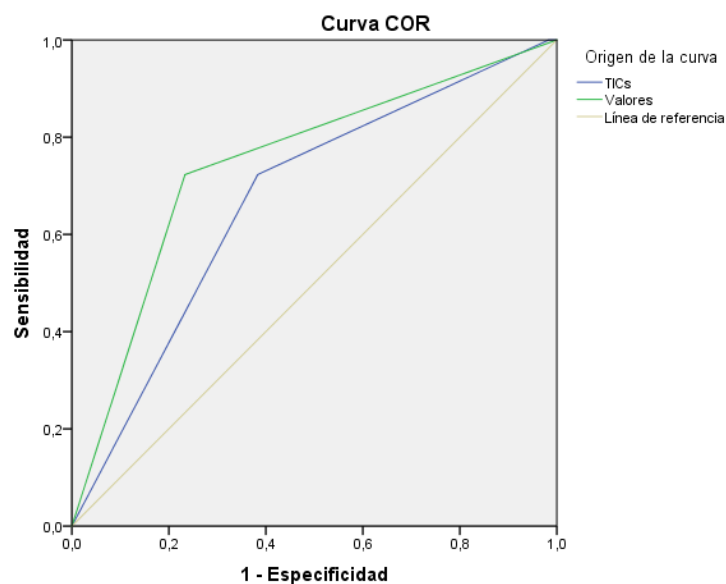
Pseudo R cuadrado del modelo de regresión de TIC, valores y capacidad de respuesta

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,226
Nagelkerke	,287
McFadden	,165

Función de enlace: Logit.

Interpretación

El valor de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke indica que la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima 2016, se debe al 28.7% de las TIC y los valores.



Los segmentos de diagonal se generan mediante empates.

Figura 13. Curva COR de la influencia de las TIC y los valores en la capacidad de respuesta

Interpretación

Según la figura 13, los valores representan el 74.5% (0.745) del área en la curva COR, mientras que las tecnologías de la información y la comunicación representan el 67.2% (0.672) del área en la curva COR. Esto indica que las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

3.1.9. Contraste de hipótesis específica 2

$H_A =$ Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en la empatía a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

$H_O =$ Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores no inciden en la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

Tabla 23

Información de ajuste del modelo de regresión de TIC, valores y empatía

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	135,128			
Final	50,314	84,814	3	,000

Función de enlace: Logit.

Interpretación

La información de ajuste de los modelos indica que existe dependencia de las variables independientes liderazgo y tecnologías de la información y la comunicación frente a la dimensión empatía (chi-cuadrado: 84.814; gl: 3; $p < 0.05$).

Tabla 24

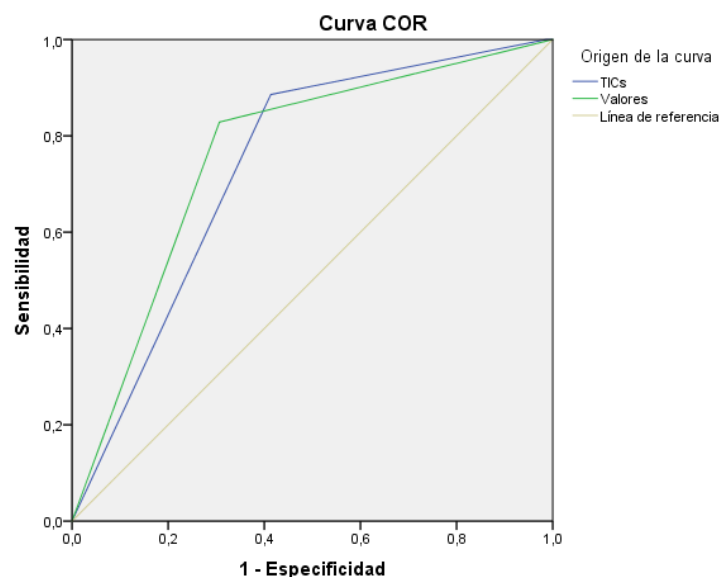
Pseudo R cuadrado del modelo de regresión de TICs, valores y empatía

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,205
Nagelkerke	,254
McFadden	,139

Función de enlace: Logit.

Interpretación

El valor de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke indica que la empatía a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima 2016, se debe al 25.4% de las TICs y los valores.



Los segmentos de diagonal se generan mediante empates.

Figura 14. Curva COR de la influencia de las TIC y los valores en la empatía

Interpretación

Según la figura 14, los valores representan el 76.1% (0.761) del área en la curva COR, mientras que las tecnologías de la información y la comunicación representan el 73.7% (0.737) del área en la curva COR. Esto indica que las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en la empatía a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

3.1.10. Prueba de hipótesis específica 3

$H_A =$ Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en los elementos tangibles ofrecidos a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

$H_O =$ Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores no inciden en los elementos tangibles ofrecidos a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

Tabla 25

Información de ajuste del modelo de regresión de TIC, valores y elementos tangibles

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Sólo intersección	128,789			
Final	25,894	102,896	3	,000

Función de enlace: Logit.

Interpretación

La información de ajuste de los modelos indica que existe dependencia de las variables independientes TIC y valores frente a la dimensión elementos tangibles (chi-cuadrado: 102.896; gl: 3; $p < 0.05$).

Tabla 26

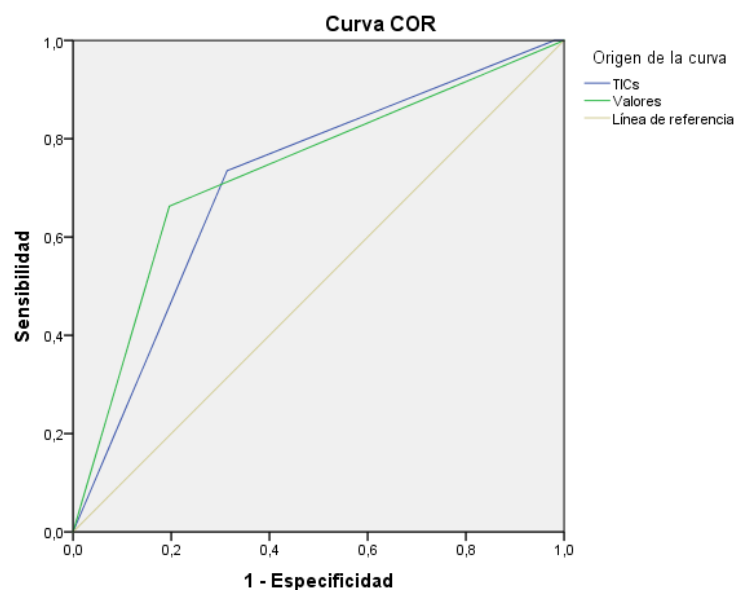
Pseudo R cuadrado del modelo de regresión de TIC, valores y elementos tangibles

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	,243
Nagelkerke	,325
McFadden	,202

Función de enlace: Logit.

Interpretación

El valor de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke indica que los elementos tangibles ofrecidos a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima 2016, se debe al 32.5% de las TIC y los valores.



Los segmentos de diagonal se generan mediante empates.

Figura 15. Curva COR del efecto de las TIC y los valores en los elementos tangibles

Interpretación

Según la figura 15, los valores representan el 73.3% (0.733) del área en la curva COR, mientras que las tecnologías de la información y la comunicación representan el 71.3% (0.713) del área en la curva COR. Esto indica que las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en los elementos tangibles ofrecidos a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.

IV. Discusión

4.1. Discusión de resultados

De los resultados de la descripción de la variable tecnologías de la información y la comunicación, se observa que del 100% de los encuestados el 50.3% las considera en un nivel “alto”, el 48.6% en un nivel “medio” y el 1.1% en un nivel “bajo”, resultando entonces que las tecnologías de la información y la comunicación se encuentran en un nivel medio. Con respecto a sus dimensiones, en la dimensión innovación se puede apreciar que el 62.7% la considera en un nivel “medio”, el 36.2% en un nivel “alto” y el 1.1% en un nivel “bajo”, resultando entonces que la innovación se encuentra en un nivel medio dentro de las tecnologías de la información y la comunicación. En la dimensión interactividad se puede apreciar que el 73.0% lo considera en un nivel “alto”, el 24.9% en un nivel “medio” y el 2.2% en un nivel “bajo”, resultando entonces que la interactividad se encuentra en un nivel alto dentro de las tecnologías de la información y la comunicación. En la dimensión interconexión se puede apreciar que el 57.3% lo considera en un nivel “medio”, el 40.5% en un nivel “alto” y el 2.2% en un nivel “bajo”, resultando entonces que la interconexión se encuentra en un nivel medio dentro de las tecnologías de la información y la comunicación. Estos resultados se sustentan en lo concluido por Torrado (2014) quien concluyó en que la administración pública recibe la innovación tecnológica como una herramienta en el proceso de transformación y reforma de la gestión pública al que globalmente se caracteriza en esta investigación bajo el concepto de modernización administrativa.

De los resultados de la descripción de la variable valores, se observa que del 100% de los encuestados el 59.5% los consideran en un nivel “medio” y el 40.5% en un nivel “alto”, resultando entonces que los valores se encuentran en un nivel medio. Con respecto a sus dimensiones, en la dimensión valores humanos se puede apreciar que el 58.4% la considera en un nivel “medio”, el 38.4% en un nivel “alto” y el 3.2% en un nivel “bajo”, resultando entonces que los valores humanos se encuentran en un nivel medio dentro de los valores. En la dimensión valores organizacionales se puede apreciar que el 59.5% los considera en un

nivel “medio” y el 40.5% en un nivel “alto”, resultando entonces que los valores organizacionales se encuentran en un nivel medio dentro de los valores.

Estos resultados se complementan en lo concluido por Tovar, y Mendoza (2015) quien concluyó que resulta necesario implementar los valores como herramienta coadyuvante en el aumento de los niveles de satisfacción del personal, la productividad y por ende mejore la calidad del entorno laboral.

De los resultados de la descripción de la variable satisfacción, se observa que el 71.4% de los encuestados la considera en un nivel “medio” y el 28.6% en un nivel “alto”, resultando entonces que la satisfacción se encuentra en un nivel medio. Con respecto a sus dimensiones, en la dimensión capacidad de respuesta se puede apreciar que el 61.6% la considera en un nivel “medio”, el 35.1% en un nivel “alto” y el 3.2% en un nivel “bajo”, resultando entonces que la capacidad de respuesta se encuentra en un nivel medio dentro de la satisfacción. En la dimensión empatía se puede apreciar que el 69.2% la considera en un nivel “medio”, el 18.9% en un nivel “alto” y el 11.9% en un nivel “bajo”, resultando entonces que la empatía se encuentra en un nivel medio dentro de la satisfacción. En la dimensión elementos tangibles se puede apreciar que el 55.1% de los encuestados los consideran en un nivel “medio” y el 44.9% en un nivel “alto”, resultando entonces que los elementos tangibles se encuentran en un nivel medio dentro de la satisfacción. Estos resultados difieren de lo encontrado por Armada (2015) quien en su tesis concluye que en general el valor medio de satisfacción percibida por los usuarios de las instalaciones deportivas del ayuntamiento de Cartagena es alta.

Con respecto a la hipótesis general, la información de ajuste de los modelos indica que existe dependencia de las variables independientes TIC y valores frente a la variable dependiente satisfacción (chi-cuadrado: 139.280; gl: 3; $p < 0.05$). El valor de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke indica que la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima 2016, se debe al 44.9% de las TIC y los valores. Asimismo, los valores representan el 81.1% (0.811) del área en la curva COR, mientras que las tecnologías de la información y la comunicación representan el 74.4% (0.744) del área en la curva COR.

Con respecto a la hipótesis específica 1, la información de ajuste de los modelos indica que existe dependencia de las variables independientes TIC y valores frente a la dimensión capacidad de respuesta (chi-cuadrado: 94.962; gl: 3; $p < 0.05$). El valor de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke indica que la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima 2016, se debe al 28.7% de las TIC y los valores. Asimismo, los valores representan el 74.5% (0.745) del área en la curva COR, mientras que las tecnologías de la información y la comunicación representan el 67.2% (0.672) del área en la curva COR.

Con respecto a la hipótesis específica 2, la información de ajuste de los modelos indica que existe dependencia de las variables independientes liderazgo y tecnologías de la información y la comunicación frente a la dimensión empatía (chi-cuadrado: 84.814; gl: 3; $p < 0.05$). El valor de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke indica que la empatía a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima 2016, se debe al 25.4% de las TIC y los valores. Asimismo, los valores representan el 76.1% (0.761) del área en la curva COR, mientras que las tecnologías de la información y la comunicación representan el 73.7% (0.737) del área en la curva COR.

Con respecto a la hipótesis específica 3, la información de ajuste de los modelos indica que existe dependencia de las variables independientes TIC y valores frente a la dimensión elementos tangibles (chi-cuadrado: 102.896; gl: 3; $p < 0.05$). El valor de Pseudo R cuadrado de Nagelkerke indica que los elementos tangibles ofrecidos a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima 2016, se debe al 32.5% de las TIC y los valores. Asimismo, los valores representan el 73.3% (0.733) del área en la curva COR, mientras que las tecnologías de la información y la comunicación representan el 71.3% (0.713) del área en la curva COR.

V. Conclusiones

Conclusiones

Primera.- Con respecto al objetivo general y en respuesta a la hipótesis general se concluye que las tecnologías de la información y la comunicación y los valores influyen significativamente en la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima.

Segunda.- Con respecto al objetivo específico 1 y en respuesta a la hipótesis específica 1 se concluye que las tecnologías de la información y la comunicación y los valores influyen significativamente en la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima.

Tercera.- Con respecto al objetivo específico 2 y en respuesta a la hipótesis específica 2 se concluye que las tecnologías de la información y la comunicación y los valores influyen significativamente en la empatía a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima.

Cuarta.- Con respecto al objetivo específico 3 y en respuesta a la hipótesis específica 3 se concluye que las tecnologías de la información y la comunicación y los valores influyen significativamente en los elementos tangibles ofrecidos a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima.

VI. Recomendaciones

Recomendaciones

Primera.- Que la Ugel03, a través de la oficina de Informática, planifique la adquisición de nuevos hardware y software para la implementación de nuevos canales de interacción entre los usuarios externos como son las instituciones educativas, padres de familia, escolares y usuario en general con la finalidad de estar mejor informados sobre la información clasificada de interés a la comunidad educativa y externa.

Segunda.- Que la oficina de informática de la Ugel 03 programe cursos de capacitación a las instituciones educativas, escolares, padres de familia y público en general para se capacite en utilizar el internet, intranet, web institucional, con la finalidad de que los usuarios hagan sus trámites utilizando el FUT virtual, y desde su oficina o de sus casas consulten el estado de su trámite y obtengan de ahorro de tiempo en consultar expedientes, certificados de los estudiantes y otras bondades que ofrece la página web de la institución.

Tercera.- Que la Alta dirección de la Ugel 03, adquiera el compromiso para seguir apoyando con mayores recursos para las Tecnologías de la información para mayor capacitación al personal de Tics, personal administrativo y usuario externo.

Cuarta.- Que el área de recursos humanos programe cursos de capacitación sobre valores humanos y organizacionales que debe de tener todo funcionario público que ingrese a trabajar a la Ugel03, con la finalidad de mentalizarse con la misión que debe tener el empleado y así poder cumplir con los objetivos institucionales trazados por la entidad.

Quinta.- Que el área administrativa como parte de mejora de la calidad de su gestión publicite los servicios tecnológicos que brinda la Ugel03, coordine con las áreas correspondientes a mesa de partes, ventanillas de atención al usuario, así como también inculque el trabajo en equipo institucional a fin de que se les brinde al usuario una atención de calidad y conseguir la máxima satisfacción por la atención brindada.

VII. Referencias

Referencias

- Abdallath, A. et al. (2004). *Asociación Argentina de Teletrabajo*. Año 2. No. 23, Buenos Aires, Argentina.
- Alavi, M. y Leidner, D. (2001). *Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues*, MIS Quarterly, Vol. 25 (1): 107-136. University of Minnesota, EEUU
- Alshawi, S. (2001). *Logistics in the internet age: towards a holistic information and processes picture*. Logistics Information Management. Vol. 14. Brunel University, Uxbridge, Middlesex, UK.
- Amoros, E. (2006). *Comportamiento Organizacional: En Busca del Desarrollo de Ventajas Competitivas*. Editorial EUMED. Universidad de Málaga, España.
- Armada, E. (2015) *La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes. Percepción, análisis y evolución*. Universidad de Murcia, España.
- Atalaya, M. (1998). *La satisfacción en los estudiantes Universidad Mayor de San Marcos facultad de ciencias administrativas*. Lima, Perú.
- Balart, M. (2013). *Empatía la clave para conectar con los demás*, artículo elaborado por AGAMA, España.
- Barba-Sánchez, Martínez-Ruiz, Jiménez-Zarco, (2007). *“Drivers, Benefits and Challenges of ICT Adoption by Small and Medium Sized Enterprises (SMEs): A Literature review”*. Problems and Perspectives in Management. Vol. 5
- Bernal, C. y Sierra, H. (2013). *Proceso administrativo para las organizaciones del siglo xxi*. (2° Ed). Pearson, Colombia.

- Blanco, C. y Lobato, F. (2013). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Editorial: Mac Millan Profesional, España
- Carreras, Ll. et al. (2006) *Como educar en valores*. Ministerio de Educación y Ciencia. Ediciones Morata. Madrid, España.
- Chiavenato, I. (2000) *El Talento Humano*. Editorial McGraw Hill, Colombia.
- Chapman, R.; Soosay C. y Kandampully, J. (2003). “*Innovation in logistic services and the new business model. A conceptual framework*”. International Journal of Physical. Vol. 33 (7): 630-650.
- Cibertec, (2007) *Servicio al cliente.*, Derechos de editor reservados: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas SAC Lima, Perú
- Cortina, A. (2000). *La Educación y Los Valores*. Editorial Biblioteca Nueva. España
- Costa, & Gómez. *Crece en Valores*. Sal Térrea. España.
- Dromi, R. (2008). *Telecomunicaciones. Interconexión y Convergencia Tecnológica*. Ed. Ciudad Argentina – Hispania Libros. Buenos Aires, Argentina.
- Farfan, M. (2007). *La fiabilidad* Editorial moderna, Cusco - Perú.
- Faría, J. (2001). *Un nuevo método de gestión y dirección*. Pirámide. Madrid, España
- Ferreira, A. Ferreira, M. y Valente, A (2001). *Construção e validação de uma Escala Multi-Factorial de Motivação no Trabalho (multi-moti)*. Scielo – Comportamento organizacional e gestão, vol. 12, Nº 2.

- García, S. y Dolan, S. (2003). *La dirección por valores. El cambio más allá de los objetivos*. Editorial McGraw-Hill. España.
- Guédez, V. (2001). *La Ética Gerencial. Instrumentos Estratégicos que facilitan decisiones correctas*. Editorial Planeta, Venezuela.
- Guerrero, M. (2011). *La gestión de la calidad total en los ayuntamientos españoles*. Instituto Nacional de Administración Pública. España.
- Gil, E. (2002). *Identidad y Nuevas Tecnologías*. Disponible en:
<http://www.voc.edu/web/esplart/gil0902/htm>.
- Hernández, R, Fernández, C y Baptista, P (2014). *Metodología de la investigación*. (6° Ed). Mc Graw Hill, México.
- Kelly, T & Littman, J. (2007). *As dez faces da inovação: o poder da criatividade e da inovação na empresa*. Editorial Presença. Lisboa, Portugal.
- Jáñez, L. (1989) *Fundamentos de Psicología Matemática*. Pirámide Madrid, España
- Martínez Torvisco, J. (1998). *Psicología ambiental*. Madrid: Pirámide, España.
- Marchet, A. Perego, A. Perotti, S. (2009). *An exploratory study of ICT adoption in the Italian freight transportation industry*. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management. Vol. 39.
- Mc Guigan, F. (1996). *Psicología experimental*. Mc Graw Hill. México.
- Murelaga. J. (2001). *La Radio frente a la Revolución Digital*. Disponible en:
www.coranto.net. Revista de Periodismo Digital. Año 1. No. 1.

- Naser, A. Concha, G. (2014) *Rol de las Tics en la Gestión Pública y en la planificación para un desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas CEPAL, Chile.
- Navas, J. Bozal, R. y Gestoso, C. (2000). *Liderazgo, y estilo de dirección. Psicología del trabajo para relaciones laborales* McGraw-Hill Interamericana, España.
- Lahera, A. (2004) *La participación de los trabajadores en la calidad total*. Universidad Complutense, Madrid.
- Langley, C. Carlisle, D. Biggs, D. y Cail, R. (1988). *Microcomputes as a logistics information strategy*. International Journal of Physical Distribution & Materials Management. Vol. 18.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. Journal of Marketing. Vol. 49 (Otoño): 41-50.
- Porter, M. y Millar, V. (1985). *How information gives you competitive advantage*. Harvard Business Review.
- Oliver, R. (2010) *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer (Satisfacción: Una perspectiva del comportamiento en el consumo)* ME Sharpe Second edition, New York, EE.EE.
- Ontiveros, E. Manzano, D. Téubal, I. (2004) *Tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC), crecimiento económico y actividad empresarial: especial referencia a España*. Círculos de empresarios, España.
- Orna, E. (2005), *Making knowleage Visible*, Great Britain by MPG,Boook limited, Bodmin.

- Rincón, E. (2003). *La utilización de las nuevas tecnologías en el entorno estatal: el e-government (gobierno electrónico)* Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia.
- Romero, P. (2011). *Informática*. Pearson Educación de México.
- Savater, F. (1998). *Alegría y responsabilidad*. Fondo Editorial UPC. Lima, Perú.
- Sádaba, Ch. (2000). *Interactividad y comunidades virtuales en el entorno de la world wide web*. Comunicación y sociedad, vol. xiii, nº 1. España.
- Scott, C. Dennis, J. y Glenn, T. (1997). *Visión, valores y misión organizacionales*. Editorial Iberoamérica, México.
- Servera, F. Gil, S. y Fuentes, M. (2009). "La influencia de la calidad de servicio logístico en la lealtad. Un análisis del papel moderador de las TIC". Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Vol. 15 (3).
- Servera, F. Gil, S. y Fuentes, M. (2010). "Information technology and logistics quality: a basis for companies' segmentation". International journal of management and enterprise development. Vol. 8.
- Senlle, A. (1992). *Calidad y Liderazgo*. Ediciones Gestión, Barcelona, España.
- Suárez, L. Vázquez, R. y Díaz, A. (2004). *El marketing de relaciones y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación: análisis del caso de las agencias de viaje minoristas*. Libro actas XVI Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing. Alicante. España.
- Tamayo y Tamayo, M. (2001). *El proceso de la investigación científica*. Limusa, México.

Torrado (2014). *El marco jurídico de la modernización en la gestión pública: el caso de España*, Universidad Nacional de educación a distancia , España

Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. (2° Ed). San Marcos. Lima, Perú.

Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial*. (2° Ed). Prentice Hall, Colombia.

Whetten, D. y Cameron, K. (2005). *Desarrollo de habilidades directivas*. Editorial Pearson. México.

Vilaseca, J. (2003). *Las TIC y las transformaciones de la empresa catalana*. FUOC. Barcelona, España.

Yukl, G. (2009). *Leadership in organizations* Upper Saddle River, Prentice Hall (7° Ed). New York, EE.UU.

Zeithman, V. et al. (2002) *Marketing de servicio*. (2° Ed). Editorial: Fic Graw-Hill Interamericana, Mexico.

WEB

Ontiveros, E. (2008). *Innovación, TIC y flexibilidad organizativa. El papel estratégico de la educación*.
<https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloautorinvitado.asp?idarticulo=1&rev=76.htm>

Kammerer, M. Murgas, (2015) *Valores organizacionales y responsabilidad social en las universidades públicas binacionales*. B. Universidad del Zulia / Venezuela / Impacto Científico iccientifico@yahoo.com / ISSN: 1836-5042.

- Tovar, B. Mendoza, Y. (2015). *Los valores como herramientas para optimizar el clima organizacional del personal que labora en la escuela técnica. Rómulo Gallegos*” <http://hdl.handle.net/123456789/2581>.
- Rodríguez, Y. et al (2016). *Nivel de servicio y su efecto en la satisfacción de los pacientes en la atención primaria de salud*.
<http://www.revmedicaelectronica.sld.cu/index.php/rme/article/view/1485>.
- Aznaran, (2016). *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de El Porvenir*.
<http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/handle/UNITRU/5279>.

Apéndice

APÉNDICE A: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: Las tecnologías de la información y la comunicación, los valores y su incidencia en la satisfacción del usuario externo de la UGEL 03 – Lima, 2016

AUTOR: Mg. Carlos Alberto Sialer Ubillus

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
Problema general: ¿Existe incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03 - Lima, 2016?	Objetivo general: Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.	Hipótesis general: Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden significativamente en la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.	Variable Independiente: Tecnologías de la información y la comunicación			
Problemas específicos: ¿Existe incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 - Lima, 2016?	Objetivos específicos: Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.	Hipótesis específicas: Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en la capacidad de respuesta a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala/valores
¿Existe incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la empatía a los usuarios externos de la UGEL 03 - Lima, 2016?	Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la empatía a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.	Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en la empatía a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.	Innovación	Medios de comunicación Mejoras en la administración Renovación tecnológica	1-2 3-4 5-6	Totalmente en desacuerdo = 1 En desacuerdo=2 Indiferente =3 De acuerdo =4 Totalmente de acuerdo =5
			Interactividad	Redes de comunicación Sitios web Transmisión de la información	7-8 9-10 11-12	
			Interconexión	Reciprocidad de la información Empleo de dispositivos Ahorro de tiempo	13-14 15-16 17-18	
¿Existe incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en los elementos tangibles ofrecidos a los usuarios externos de la UGEL 03 - Lima, 2016?	Determinar la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en los elementos tangibles ofrecidos a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.	Las tecnologías de la información y la comunicación y los valores inciden en los elementos tangibles ofrecidos a los usuarios externos de la UGEL 03 – Lima, 2016.	Variable Independiente: Valores			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala/valores
			Valores humanos	Respeto por las personas Honestidad Responsabilidad Compromiso Justicia	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10	Totalmente en desacuerdo = 1 En desacuerdo=2 Indiferente =3 De acuerdo =4 Totalmente de acuerdo =5

			Valores organizacionales	Calidad Productividad Participación Liderazgo Innovación	11-12 13-14 15-16 17-18 19-20	
			Variable Dependiente: Satisfacción			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala/valores
			Capacidad de respuesta	Celeridad en la atención	1-2	Totalmente en desacuerdo = 1 En desacuerdo=2 Indiferente =3 De acuerdo =4 Totalmente de acuerdo =5
				Disposición de recursos		
				Horarios de atención	5-6	
Empatía	Disposición para solucionar problemas	7-8				
	Trato cortes y amable	9-10				
	Comunicación apropiada	11-12				
Elementos tangibles	Recursos humanos	13-14				
	Ambientes	15-16				
	Equipos y mobiliarios	17-18				
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA A UTILIZAR			
TIPO: Básica, explicativa, cuantitativa, transversal DISEÑO: Transeccional relacional- causal MÉTODO: No experimental	POBLACIÓN: 10000 TIPO DE MUESTRA: Probabilística TAMAÑO DE MUESTRA: 370	Variable Independiente: Tecnologías de la información y la comunicación. Variable Independiente: Valores. Variable Dependiente: Satisfacción del usuario Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Autor: Mgtr. Carlos Alberto Sialer Ubillus Ámbito de Aplicación: UGEL 03 Forma de Administración: Individual Monitoreo: Dra. Gliria Susana Méndez Ilizarbe	DESCRIPTIVA: Organización, representación y descripción de datos mediante distribución de frecuencias y porcentajes para determinar los rangos preponderantes de las variables INFERENCIAL: Para contrastar las hipótesis postuladas se utilizará el programa estadístico SPSS versión 23 y el Microsoft Excel.			

APÉNDICE B: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: Tecnologías de la información y la comunicación

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala/valores
Innovación	Medios de comunicación Mejoras en la administración Renovación tecnológica	02 02 02	Totalmente en desacuerdo 1 En desacuerdo 2 Indiferente 3 De acuerdo 4 Totalmente de acuerdo 5
Interactividad	Redes de comunicación Sitios web Transmisión de la información	02 02 02	Totalmente en desacuerdo 1 En desacuerdo 2 Indiferente 3 De acuerdo 4 Totalmente de acuerdo 5
Interconexión	Reciprocidad de la información Empleo de dispositivos Ahorro de tiempo	02 02 02	Totalmente en desacuerdo 1 En desacuerdo 2 Indiferente 3 De acuerdo 4 Totalmente de acuerdo 5

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: Valores

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala/valores
Valores humanos	Respeto por las personas	02	Totalmente en desacuerdo 1
	Honestidad	02	En desacuerdo 2
	Responsabilidad	02	Indiferente 3
	Compromiso	02	De acuerdo 4
	Justicia	02	Totalmente de acuerdo 5
Valores organizacionales	Calidad	02	Totalmente en desacuerdo 1
	Productividad	02	En desacuerdo 2
	Participación	02	Indiferente 3
	Liderazgo	02	De acuerdo 4
	Innovación	02	Totalmente de acuerdo 5

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Dependiente: Satisfacción del usuario

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala/valores
Capacidad de respuesta	Celeridad en la atención Disposición de recursos Horarios de atención	02 02 02	Totalmente en desacuerdo 1 En desacuerdo 2 Indiferente 3 De acuerdo 4 Totalmente de acuerdo 5
Empatía	Disposición para solucionar problemas Trato cortés y amable Comunicación apropiada	02 02 02	Totalmente en desacuerdo 1 En desacuerdo 2 Indiferente 3 De acuerdo 4 Totalmente de acuerdo 5
Elementos tangibles	Recursos humanos Ambientes Equipos y mobiliarios	02 02 02	Totalmente en desacuerdo 1 En desacuerdo 2 Indiferente 3 De acuerdo 4 Totalmente de acuerdo 5

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Innovación							
1	El personal de la institución utiliza tablets.	✓		✓		✓		
2	El personal de la institución utiliza laptops.	✓		✓		✓		
3	El uso de las tecnologías de la información y la comunicación mejoran la administración.	✓		✓		✓		
4	El uso de las tecnologías de la información y la comunicación facilitan la atención al usuario.	✓		✓		✓		
5	La institución tiene equipos informáticos de última generación.	✓		✓		✓		
6	La institución tiene equipos de comunicación de última generación.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Interactividad	Si	No	Si	No	Si	No	
7	La institución utiliza facebook para comunicarse con los usuarios.	✓		✓		✓		
8	La institución utiliza whatsapp para comunicarse con los usuarios.	✓		✓		✓		
9	La institución utiliza el portal web institucional para informar a los usuarios.	✓		✓		✓		
10	El portal web institucional permite hacer seguimiento a los trámites iniciados.	✓		✓		✓		
11	El personal institucional utiliza el correo electrónico para comunicarse con los usuarios.	✓		✓		✓		
12	La institución realiza videoconferencias con los usuarios para transmitir información.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Interconexión	Si	No	Si	No	Si	No	
13	La institución se encuentre interconectada con otras instituciones.	✓		✓		✓		
14	La institución intercambia información con otras instituciones.	✓		✓		✓		

15	La institución cuenta con scanners para ingresar la información.	✓		✓		✓		
16	El personal de la institución utiliza dispositivos externos (usb) para guardar información.	✓		✓		✓		
17	Los equipos tecnológicos permiten una rápida atención.	✓		✓		✓		
18	Los equipos de comunicación permiten una rápida atención.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Presenta criterios de validez

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [☐] No aplicable [☐]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Méndez Hizarbe Gloria Susana DNI: 07059554

Especialidad del validador: Metodóloga; Mg en Gerencia educativa; Dra en Educación

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de 10 del 2016



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: VALORES

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: Valores humanos	Si	No	Si	No	Si	No	
1	El personal de la institución respeta sus creencias, ideologías y cultura.	✓		✓		✓		
2	El personal de la institución demuestra respeto durante la atención.	✓		✓		✓		
3	El personal de la institución es sincero con lo que ofrece.	✓		✓		✓		
4	El personal de la institución realiza sus labores con transparencia.	✓		✓		✓		
5	El personal de la institución asume sus equivocaciones y resuelve.	✓		✓		✓		
6	El personal de la institución cumple con sus horarios laborales.	✓		✓		✓		
7	El personal demuestra clara identificación con su institución.	✓		✓		✓		
8	El personal de la institución demuestra compromiso con lo que hace.	✓		✓		✓		
9	El personal de la institución hace respetar el turno durante las atenciones.	✓		✓		✓		
10	El personal de la institución hace respetar las ventanillas preferenciales.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Valores organizacionales	Si	No	Si	No	Si	No	
11	La institución ofrece servicios de calidad.	✓		✓		✓		
12	La institución ofrece adecuados espacios para la atención al usuario.	✓		✓		✓		
13	La institución cumple con atender lo solicitado por el usuario en el tiempo establecido.	✓		✓		✓		
14	La institución cuenta con procesos automatizados que agilicen la atención.	✓		✓		✓		
15	La institución participa a los usuarios sobre el desempeño de su gestión.	✓		✓		✓		

16	La institución ha publicado visiblemente su visión, misión y objetivos.	✓		✓		✓	
17	La institución es la mejor de la ciudad.	✓		✓		✓	
18	La institución es un modelo a seguir para otras instituciones.	✓		✓		✓	
19	La institución mejora continuamente la atención en sus servicios.	✓		✓		✓	
20	La institución debe ofrecer continuamente nuevos servicios.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Presenta criterios de validez.

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [✓]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.:

Méndez Ilizalde Glivia Susana

DNI:

07059554

Especialidad del validador:

Metodología; Mg en Gerencia educativa; Dra en Educación

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de 10 del 2016



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: SATISFACCIÓN

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Capacidad de respuesta							
1	La atención en la institución es rápida.	✓		✓		✓		
2	Durante la atención se generan colas de espera.	✓		✓		✓		
3	Existe la cantidad adecuada de personal para atender a los usuarios.	✓		✓		✓		
4	Los ambientes de la institución son amplios.	✓		✓		✓		
5	El horario de atención de la institución es el adecuado.	✓		✓		✓		
6	Se cumplen con los horarios de atención indicados.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Empatía	Si	No	Si	No	Si	No	
7	El personal de la institución se encuentra siempre dispuesto a solucionar cualquier problema.	✓		✓		✓		
8	El personal de la institución le demuestra interés durante su atención.	✓		✓		✓		
9	El personal de la institución lo atiende cordialmente.	✓		✓		✓		
10	El personal de la institución lo atiende amablemente.	✓		✓		✓		
11	El personal de la institución le orienta adecuadamente sobre los trámites a seguir.	✓		✓		✓		
12	El personal de la institución se expresa claramente.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Elementos tangibles	Si	No	Si	No	Si	No	
13	La atención brindada por el personal de la institución es la adecuada.	✓		✓		✓		
14	El personal de la institución porta su identificación visiblemente.	✓		✓		✓		

15	La institución cuenta con ambientes limpios.	✓		✓		✓	
16	La señalización de los ambientes hace fácil su ubicación.	✓		✓		✓	
17	Los equipos tecnológicos que tiene la institución son modernos.	✓		✓		✓	
18	El mobiliario que tiene la institución es moderno.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Presenta criterios de validez.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Mendez Hizarbe Glivia Susana DNI: 07059559.

Especialidad del validador: Metodóloga ; Mg en Gerencia educativa ; Dra en Educación

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de 10 del 2016.


Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: Innovación	Si	No	Si	No	Si	No	
1	El personal de la institución utiliza tablets.	✓		✓		✓		
2	El personal de la institución utiliza laptops.	✓		✓		✓		
3	El uso de las tecnologías de la información y la comunicación mejoran la administración.	✓		✓		✓		
4	El uso de las tecnologías de la información y la comunicación facilitan la atención al usuario.	✓		✓		✓		
5	La institución tiene equipos informáticos de última generación.	✓		✓		✓		
6	La institución tiene equipos de comunicación de última generación.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Interactividad	Si	No	Si	No	Si	No	
7	La institución utiliza facebook para comunicarse con los usuarios.	✓		✓		✓		
8	La institución utiliza whatsapp para comunicarse con los usuarios.	✓		✓		✓		
9	La institución utiliza el portal web institucional para informar a los usuarios.	✓		✓		✓		
10	El portal web institucional permite hacer seguimiento a los trámites iniciados.	✓		✓		✓		
11	El personal institucional utiliza el correo electrónico para comunicarse con los usuarios.	✓		✓		✓		
12	La institución realiza videoconferencias con los usuarios para transmitir información.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Interconexión	Si	No	Si	No	Si	No	
13	La institución se encuentre interconectada con otras instituciones.	✓		✓		✓		
14	La institución intercambia información con otras instituciones.	✓		✓		✓		

15	La institución cuenta con scanners para ingresar la información.	✓		✓		✓		
16	El personal de la institución utiliza dispositivos externos (usb) para guardar información.	✓		✓		✓		
17	Los equipos tecnológicos permiten una rápida atención.	✓		✓		✓		
18	Los equipos de comunicación permiten una rápida atención.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Suficiente

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [☒]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr.:

Suarez Liz Liz

DNI:

08012101

Especialidad del validador:

Roberto delgado

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....de.....del 20.....

[Firma]

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: VALORES

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: Valores humanos	Si	No	Si	No	Si	No	
1	El personal de la institución respeta sus creencias, ideologías y cultura.	✓		✓		✓		
2	El personal de la institución demuestra respeto durante la atención.	✓		✓		✓		
3	El personal de la institución es sincero con lo que ofrece.	✓		✓		✓		
4	El personal de la institución realiza sus labores con transparencia.	✓		✓		✓		
5	El personal de la institución asume sus equivocaciones y resuelve.	✓		✓		✓		
6	El personal de la institución cumple con sus horarios laborales.	✓		✓		✓		
7	El personal demuestra clara identificación con su institución.	✓		✓		✓		
8	El personal de la institución demuestra compromiso con lo que hace.	✓		✓		✓		
9	El personal de la institución hace respetar el turno durante las atenciones.	✓		✓		✓		
10	El personal de la institución hace respetar las ventanillas preferenciales.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Valores organizacionales	Si	No	Si	No	Si	No	
11	La institución ofrece servicios de calidad.	✓		✓		✓		
12	La institución ofrece adecuados espacios para la atención al usuario.	✓		✓		✓		
13	La institución cumple con atender lo solicitado por el usuario en el tiempo establecido.	✓		✓		✓		
14	La institución cuenta con procesos automatizados que agilicen la atención.	✓		✓		✓		
15	La institución participa a los usuarios sobre el desempeño de su gestión.	✓		✓		✓		

16	La institución ha publicado visiblemente su visión, misión y objetivos.	✓		✓		✓		
17	La institución es la mejor de la ciudad.	✓		✓		✓		
18	La institución es un modelo a seguir para otras instituciones.	✓		✓		✓		
19	La institución mejora continuamente la atención en sus servicios.	✓		✓		✓		
20	La institución debe ofrecer continuamente nuevos servicios.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Suficiente

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable ☒ []

Aplicable después de corregir ☐ []

No aplicable ☐ []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.

Núñez Luz Wu

DNI:

08012101

Especialidad del validador:

Psicólogo

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....de.....del 20.....

[Firma]

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: SATISFACCIÓN

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Capacidad de respuesta							
1	La atención en la institución es rápida.	✓		✓		✓		
2	Durante la atención se generan colas de espera.	✓		✓		✓		
3	Existe la cantidad adecuada de personal para atender a los usuarios.	✓		✓		✓		
4	Los ambientes de la institución son amplios.	✓		✓		✓		
5	El horario de atención de la institución es el adecuado.	✓		✓		✓		
6	Se cumplen con los horarios de atención indicados.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Empatía	Si	No	Si	No	Si	No	
7	El personal de la institución se encuentra siempre dispuesto a solucionar cualquier problema.	✓		✓		✓		
8	El personal de la institución le demuestra interés durante su atención.	✓		✓		✓		
9	El personal de la institución lo atiende cordialmente.	✓		✓		✓		
10	El personal de la institución lo atiende amablemente.	✓		✓		✓		
11	El personal de la institución le orienta adecuadamente sobre los trámites a seguir.	✓		✓		✓		
12	El personal de la institución se expresa claramente.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Elementos tangibles	Si	No	Si	No	Si	No	
13	La atención brindada por el personal de la institución es la adecuada.	✓		✓		✓		
14	El personal de la institución porta su identificación visiblemente.	✓		✓		✓		

15	La institución cuenta con ambientes limpios.	✓		✓		✓		
16	La señalización de los ambientes hace fácil su ubicación.	✓		✓		✓		
17	Los equipos tecnológicos que tiene la institución son modernos.	✓		✓		✓		
18	El mobiliario que tiene la institución es moderno.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Suficiente

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [☒]

Aplicable después de corregir [☐]

No aplicable [☐]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.:

Moner Liza Qui

DNI:

0801201

Especialidad del validador:

Psicología

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....de.....del 20.....

[Firma]

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: Innovación	Si	No	Si	No	Si	No	
1	El personal de la institución utiliza tablets.	✓		✓		✓		
2	El personal de la institución utiliza laptops.	✓		✓		✓		
3	El uso de las tecnologías de la información y la comunicación mejoran la administración.	✓		✓		✓		
4	El uso de las tecnologías de la información y la comunicación facilitan la atención al usuario.	✓		✓		✓		
5	La institución tiene equipos informáticos de última generación.	✓		✓		✓		
6	La institución tiene equipos de comunicación de última generación.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Interactividad	Si	No	Si	No	Si	No	
7	La institución utiliza facebook para comunicarse con los usuarios.	✓		✓		✓		
8	La institución utiliza whatsapp para comunicarse con los usuarios.	✓		✓		✓		
9	La institución utiliza el portal web institucional para informar a los usuarios.	✓		✓		✓		
10	El portal web institucional permite hacer seguimiento a los trámites iniciados.	✓		✓		✓		
11	El personal institucional utiliza el correo electrónico para comunicarse con los usuarios.	✓		✓		✓		
12	La institución realiza videoconferencias con los usuarios para transmitir información.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Interconexión	Si	No	Si	No	Si	No	
13	La institución se encuentre interconectada con otras instituciones.	✓		✓		✓		
14	La institución intercambia información con otras instituciones.	✓		✓		✓		

15	La institución cuenta con scanners para ingresar la información.	✓		✓		✓		
16	El personal de la institución utiliza dispositivos externos (usb) para guardar información.	✓		✓		✓		
17	Los equipos tecnológicos permiten una rápida atención.	✓		✓		✓		
18	Los equipos de comunicación permiten una rápida atención.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aprobado

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [☐] No aplicable [☐]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Dr. Sotelo Estacio Carlos DNI: 18168818

Especialidad del validador: Temático - Metodológico

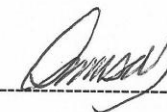
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de 10 del 2014



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: VALORES

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: Valores humanos	Si	No	Si	No	Si	No	
1	El personal de la institución respeta sus creencias, ideologías y cultura.	✓		✓		✓		
2	El personal de la institución demuestra respeto durante la atención.	✓		✓		✓		
3	El personal de la institución es sincero con lo que ofrece.	✓		✓		✓		
4	El personal de la institución realiza sus labores con transparencia.	✓		✓		✓		
5	El personal de la institución asume sus equivocaciones y resuelve.	✓		✓		✓		
6	El personal de la institución cumple con sus horarios laborales.	✓		✓		✓		
7	El personal demuestra clara identificación con su institución.	✓		✓		✓		
8	El personal de la institución demuestra compromiso con lo que hace.	✓		✓		✓		
9	El personal de la institución hace respetar el turno durante las atenciones.	✓		✓		✓		
10	El personal de la institución hace respetar las ventanillas preferenciales.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Valores organizacionales	Si	No	Si	No	Si	No	
11	La institución ofrece servicios de calidad.	✓		✓		✓		
12	La institución ofrece adecuados espacios para la atención al usuario.	✓		✓		✓		
13	La institución cumple con atender lo solicitado por el usuario en el tiempo establecido.	✓		✓		✓		
14	La institución cuenta con procesos automatizados que agilicen la atención.	✓		✓		✓		
15	La institución participa a los usuarios sobre el desempeño de su gestión.	✓		✓		✓		

16	La institución ha publicado visiblemente su visión, misión y objetivos.	✓		✓		✓		
17	La institución es la mejor de la ciudad.	✓		✓		✓		
18	La institución es un modelo a seguir para otras instituciones.	✓		✓		✓		
19	La institución mejora continuamente la atención en sus servicios.	✓		✓		✓		
20	La institución debe ofrecer continuamente nuevos servicios.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aprobado

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Dr. Sotelo Esteban Pardo

DNI: 18168818

Especialidad del validador: Temático - Metodológico

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

...15 de 10 del 2016



Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: SATISFACCIÓN

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Capacidad de respuesta							
1	La atención en la institución es rápida.	✓		✓		✓		
2	Durante la atención se generan colas de espera.	✓		✓		✓		
3	Existe la cantidad adecuada de personal para atender a los usuarios.	✓		✓		✓		
4	Los ambientes de la institución son amplios.	✓		✓		✓		
5	El horario de atención de la institución es el adecuado.	✓		✓		✓		
6	Se cumplen con los horarios de atención indicados.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Empatía	Si	No	Si	No	Si	No	
7	El personal de la institución se encuentra siempre dispuesto a solucionar cualquier problema.	✓		✓		✓		
8	El personal de la institución le demuestra interés durante su atención.	✓		✓		✓		
9	El personal de la institución lo atiende cordialmente.	✓		✓		✓		
10	El personal de la institución lo atiende amablemente.	✓		✓		✓		
11	El personal de la institución le orienta adecuadamente sobre los trámites a seguir.	✓		✓		✓		
12	El personal de la institución se expresa claramente.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3: Elementos tangibles	Si	No	Si	No	Si	No	
13	La atención brindada por el personal de la institución es la adecuada.	✓		✓		✓		
14	El personal de la institución porta su identificación visiblemente.	✓		✓		✓		

15	La institución cuenta con ambientes limpios.	✓		✓		✓		
16	La señalización de los ambientes hace fácil su ubicación.	✓		✓		✓		
17	Los equipos tecnológicos que tiene la institución son modernos.	✓		✓		✓		
18	El mobiliario que tiene la institución es moderno.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aprobado

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: Dr. Sotelo Estacio Carlos DNI: 18168018

Especialidad del validador: Temático - Metodológico

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

15 de 10 del 2016



Firma del Experto Informante

APÉNDICE D: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario, aplicado de manera personal y confidencial, tiene como objetivo determinar la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación y los valores en la satisfacción de los usuarios externos de la UGEL 03. Cada pregunta presenta cinco alternativas que agradeceré responder con veracidad y honestidad marcando con una (X) la respuesta que considere pertinente.

Valores:

Totalmente en desacuerdo	: 1
En desacuerdo	: 2
Indiferente	: 3
De acuerdo	: 4
Totalmente de acuerdo	: 5

VARIABLE INDEPENDIENTE: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN
--

*** Innovación**

- 1.- El personal de la institución utiliza tablets.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 2.- El personal de la institución utiliza laptops.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 3.- El uso de las tecnologías de la información y la comunicación mejoran la administración.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 4.- El uso de las tecnologías de la información y la comunicación facilitan la atención al usuario.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 5.- La institución tiene equipos informáticos de última generación.
 - a) Totalmente en desacuerdo

- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

- 6.- La institución tiene equipos de comunicación de última generación.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo

*** Interactividad**

- 7.- La institución utiliza facebook para comunicarse con los usuarios.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 8.- La institución utiliza whatsapp para comunicarse con los usuarios.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 9.- La institución utiliza el portal web institucional para informar a los usuarios.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 10.- El portal web institucional permite hacer seguimiento a los trámites iniciados.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 11.- El personal institucional utiliza el correo electrónico para comunicarse con los usuarios.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 12.- La institución realiza videoconferencias con los usuarios para transmitir información.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo

- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

*** Interconexión**

- 13.- La institución se encuentra interconectada con otras instituciones.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 14.- La institución intercambia información con otras instituciones.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 15.- La institución cuenta con scanners para ingresar información.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 16.- El personal de la institución utiliza dispositivos externos (usb) para guardar información.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 17.- Los equipos tecnológicos permiten una rápida atención.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 18.- Los equipos de comunicación permiten una rápida atención.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo

VARIABLE INDEPENDIENTE: VALORES
--

*** Valores humanos**

- 1.- El personal de la institución respeta sus creencias, ideologías y cultura.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 2.- El personal de la institución demuestra respeto durante la atención.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 3.- El personal de la institución es sincero con lo que ofrece.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 4.- El personal de la institución realiza sus labores con transparencia.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 5.- El personal de la institución asume sus equivocaciones y resuelve.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 6.- El personal de la institución cumple con sus horarios laborales.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 7.- El personal demuestra clara identificación con su institución.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 8.- El personal de la institución demuestra compromiso con lo que hace.
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo

- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

9.- El personal de la institución hace respetar el turno durante las atenciones.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

10.- El personal de la institución hace respetar las ventanillas preferenciales.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

*** Valores organizacionales**

11.- La institución ofrece servicios de calidad.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

12.- La institución ofrece adecuados espacios para la atención al usuario.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

13.- La institución cumple con atender lo solicitado por el usuario en el tiempo establecido.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

14.- La institución cuenta con procesos automatizados que agilizan la atención.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

15.- La institución participa a los usuarios sobre el desempeño de su gestión.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente

- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

16.- La institución ha publicado visiblemente su visión, misión y objetivos.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

17.- La institución es la mejor de la ciudad.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

18.- La institución es un modelo a seguir para otras instituciones.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

19.- La institución mejora continuamente la atención en sus servicios.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

20.- La institución ofrece continuamente nuevos servicios.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DEL USUARIO

*** Capacidad de respuesta**

1.- La atención en la institución es rápida.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

2.- Durante la atención se generan colas de espera.

- a) Totalmente en desacuerdo

- b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 3.- Existe la cantidad adecuada de personal para atender a los usuarios.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 4.- Los ambientes de la institución son amplios.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 5.- El horario de atención de la institución es el adecuado.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 6.- Se cumplen con los horarios de atención indicados.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo

*** Empatía**

- 7.- El personal de la institución se encuentra siempre dispuesto a solucionar cualquier problema.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 8.- El personal de la institución le demuestra interés durante su atención.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
- 9.- El personal de la institución lo atiende cordialmente.
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente

- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

10.- El personal de la institución lo atiende amablemente.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

11.- El personal de la institución le orienta adecuadamente sobre los trámites a seguir.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

12.- El personal de la institución se expresa claramente.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

*** Elementos tangibles**

13.- La atención brindada por el personal de la institución es la adecuada.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

14.- El personal de la institución porta su identificación visiblemente.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

15.- La institución cuenta con ambientes limpios.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Totalmente de acuerdo

16.- La señalización de los ambientes hace fácil su ubicación.

- a) Totalmente en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo

e) Totalmente de acuerdo

17.- Los equipos tecnológicos que tiene la institución son modernos.

a) Totalmente en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Indiferente

d) De acuerdo

e) Totalmente de acuerdo

18.- El mobiliario que tiene la institución es moderno.

a) Totalmente en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Indiferente

d) De acuerdo

e) Totalmente de acuerdo

APÉNDICE E:

BASE DE DATOS DE LA PRUEBA PILOTO DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4
2	4	3	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	2	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
7	2	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
8	1	2	1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	1	4	5	3	3	4
9	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
10	3	3	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
11	1	2	2	4	5	3	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5
12	2	2	3	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5
13	2	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4
14	3	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4
15	1	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5
16	2	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
17	3	3	3	5	5	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5
18	3	2	4	5	4	4	3	4	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
19	2	2	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
20	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4
21	3	3	3	5	5	3	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
22	2	2	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
23	2	4	3	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5
24	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
25	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5

BASE DE DATOS DE LA PRUEBA PILOTO DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE VALORES

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	2	3	4	4
2	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	5	2	4	4	4
3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5
5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4
6	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
7	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3
9	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3	5
10	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	3	5	3	3	4	5
11	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5
13	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	4	4	4
14	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
15	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
16	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	2	2	4	4
17	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5
18	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5
19	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4
20	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4
21	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4
22	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
23	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	2	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5

BASE DE DATOS DE LA PRUEBA PILOTO DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
2	2	3	2	4	4	3	5	2	2	2	2	3	2	4	3	4	3	2
3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	2	5	4	5	5	2	5	2	2	3	2	4	2	4	2	2	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4
7	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
8	3	1	3	3	4	4	1	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	4
9	4	2	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2
10	2	4	3	5	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2
11	3	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4
12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	3	4
13	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3
14	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4
15	3	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
16	4	3	3	5	3	4	3	3	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4
17	4	2	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	2	5	4	3	3	3
18	4	3	2	4	4	2	2	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3
19	3	4	4	5	5	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4
20	3	4	3	5	3	4	4	2	4	2	3	3	4	3	4	2	4	3
21	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4
22	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5
23	4	3	3	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
24	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
25	3	2	3	4	4	4	5	3	4	4	2	3	2	4	4	3	3	3

APÉNDICE F: BASE DE DATOS GENERAL

	BASE DE DATOS VI: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN																	
	Innovación						Interactividad						Interconexión					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	4	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5	4
2	4	4	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5	4
3	3	2	3	2	2	2	2	5	5	2	5	4	2	2	3	4	3	3
4	3	3	3	1	1	4	3	5	5	2	5	3	3	3	3	3	3	4
5	2	4	3	1	1	4	4	4	5	2	5	2	2	4	2	2	2	2
6	2	4	5	1	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
7	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	1	2	3	4	4	4	4	4
8	3	2	4	4	2	4	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4
9	2	4	2	2	2	2	4	5	5	2	4	2	2	4	2	2	2	2
10	2	5	2	3	2	2	2	5	4	2	3	4	2	2	2	2	4	2
11	1	2	2	2	2	2	1	5	5	2	5	1	2	3	2	2	3	2
12	2	2	4	2	2	4	4	5	4	2	1	4	4	4	2	2	3	3
13	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	5	5	4	3	4
14	2	3	5	2	5	3	4	5	3	1	1	5	2	1	2	3	3	3
15	1	3	4	4	4	1	3	3	1	1	4	2	4	2	2	5	3	3
16	3	3	5	5	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3
17	5	5	3	4	5	5	3	5	2	3	2	4	1	1	1	4	4	4
18	1	3	5	5	4	1	3	3	3	2	2	3	2	1	2	4	2	2
19	1	2	2	2	3	2	1	4	4	4	3	2	3	1	1	4	4	1
20	4	4	3	3	5	4	2	2	3	3	3	4	1	2	1	2	2	2
21	2	2	3	3	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	3	4	3	2
22	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4
23	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	2	3
24	2	2	3	3	4	2	4	5	5	1	5	3	2	3	3	4	2	2
25	2	4	2	3	1	4	4	5	5	1	5	3	3	4	2	2	2	4
26	2	4	3	4	4	2	1	5	5	4	5	4	2	2	2	4	4	4
27	1	5	4	4	1	4	4	4	5	3	5	3	2	2	2	3	4	2
28	2	2	2	3	2	2	4	5	5	2	5	3	2	3	2	1	2	2

29	4	4	4	2	2	2	2	5	5	2	5	3	5	4	4	4	5	4
30	4	4	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4
31	4	4	4	5	1	1	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4
32	2	4	3	3	2	4	3	5	5	2	4	3	4	3	4	3	4	4
33	3	3	3	3	1	4	4	5	4	2	4	3	2	3	4	4	4	3
34	2	4	4	2	3	3	5	5	5	4	5	3	3	3	3	4	5	2
35	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4
36	1	4	4	4	1	4	5	5	5	2	4	3	4	2	3	2	4	4
37	3	3	3	2	1	3	2	5	5	2	5	3	3	4	3	4	4	3
38	2	4	4	3	2	4	2	4	4	2	5	2	4	4	4	4	3	3
39	2	2	2	2	2	2	2	4	5	2	5	3	2	4	2	2	2	4
40	4	2	2	2	2	2	2	1	5	2	5	3	2	4	2	2	2	4
41	2	2	2	2	2	2	2	5	5	2	5	3	2	4	2	2	2	4
42	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	3	5	3	5	4
43	1	1	2	1	1	1	4	4	5	1	1	1	1	1	1	1	2	1
44	4	4	4	3	4	5	3	5	5	3	5	4	4	2	3	4	4	4
45	1	1	1	1	5	2	1	5	5	3	5	3	2	2	2	2	2	1
46	2	4	4	2	2	4	2	5	3	2	5	2	2	2	5	2	4	2
47	4	3	3	3	2	3	2	5	5	2	5	3	4	2	4	2	3	2
48	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
49	2	2	2	3	4	2	4	4	4	1	4	4	2	2	2	2	2	2
50	4	4	4	2	2	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4
51	2	4	3	4	2	4	4	4	5	4	5	4	2	4	4	2	4	4
52	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	2	4	4	4	3
53	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3
54	5	5	4	4	4	2	4	5	4	3	5	2	4	4	5	3	4	4
55	4	4	2	4	4	4	2	1	5	5	2	3	4	4	2	2	2	4
56	4	4	2	2	4	4	2	1	5	5	2	3	4	4	2	2	2	4
57	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	1	4	3	4	3	2
58	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
59	4	5	4	2	1	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4
60	5	4	5	4	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
61	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	3	4	5

62	1	1	4	1	1	4	3	2	5	1	5	1	2	3	2	1	4	4
63	2	2	4	2	5	2	4	5	5	2	4	3	2	3	2	2	2	3
64	4	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	2	3	4
65	3	5	4	4	4	2	2	5	5	2	5	4	2	4	2	3	4	4
66	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	2	3	3	4	3	3
67	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	1	2	2	4	2	2	3	2
68	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	5	4	4	2
69	4	4	4	3	4	4	5	5	5	2	5	3	4	4	4	4	4	4
70	3	4	3	3	1	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3
71	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
72	4	4	4	4	5	4	2	4	4	2	5	4	2	4	4	5	4	4
73	4	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	3
74	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4
75	2	2	2	3	2	2	2	5	5	4	4	3	2	3	4	2	2	2
76	2	4	3	3	3	4	4	5	5	1	5	3	4	4	4	2	2	3
77	4	5	4	3	2	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4
78	1	4	2	2	4	2	2	5	4	1	5	1	2	2	2	2	2	4
79	2	4	3	2	4	2	2	4	4	2	4	2	3	2	4	2	2	3
80	2	4	4	4	2	4	4	5	5	2	5	2	4	4	4	5	4	4
81	2	3	3	4	2	4	4	4	2	3	5	3	4	4	2	2	2	3
82	4	4	2	4	2	4	4	5	5	2	5	4	4	4	4	4	4	3
83	3	3	3	2	2	4	3	4	5	1	5	3	3	3	3	3	4	3
84	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4	4
85	3	4	4	2	2	4	3	5	5	3	5	1	4	2	4	3	4	4
86	3	2	3	4	2	4	4	5	4	2	5	3	2	2	3	2	3	3
87	2	2	4	3	2	5	4	5	5	2	5	2	2	3	4	2	2	2
88	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	3	4	2	2	2	4	5	5	4	5	2	3	2	4	1	2	2
90	1	1	1	2	2	4	5	5	5	1	5	1	4	2	2	2	2	1
91	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
92	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	1	2	2	4	2	2	3	2
93	4	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5	4
94	4	4	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5	4

95	3	2	3	2	2	2	2	5	5	2	5	4	2	2	3	4	3	3
96	3	3	3	1	1	4	3	5	5	2	5	3	3	3	3	3	3	4
97	2	4	3	1	1	4	4	4	5	2	5	2	2	4	2	2	2	2
98	2	4	5	1	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
99	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	1	2	3	4	4	4	4	4
100	3	2	4	4	2	4	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4
101	2	4	2	2	2	2	4	5	5	2	4	2	2	4	2	2	2	2
102	2	5	2	3	2	2	2	5	4	2	3	4	2	2	2	2	4	2
103	1	2	2	2	2	2	1	5	5	2	5	1	2	3	2	2	3	2
104	2	2	4	2	2	4	4	5	4	2	1	4	4	4	2	2	3	3
105	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	5	5	4	3	4
106	2	3	5	2	5	3	4	5	3	1	1	5	2	1	2	3	3	3
107	1	3	4	4	4	1	3	3	1	1	4	2	4	2	2	5	3	3
108	3	3	5	5	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3
109	5	5	3	4	5	5	3	5	2	3	2	4	1	1	1	4	4	4
110	1	3	5	5	4	1	3	3	3	2	2	3	2	1	2	4	2	2
111	1	2	2	2	3	2	1	4	4	4	3	2	3	1	1	4	4	1
112	4	4	3	3	5	4	2	2	3	3	3	4	1	2	1	2	2	2
113	2	2	3	3	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	3	4	3	2
114	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4
115	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	2	3
116	2	2	3	3	4	2	4	5	5	1	5	3	2	3	3	4	2	2
117	2	4	2	3	1	4	4	5	5	1	5	3	3	4	2	2	2	4
118	2	4	3	4	4	2	1	5	5	4	5	4	2	2	2	4	4	4
119	1	5	4	4	1	4	4	4	5	3	5	3	2	2	2	3	4	2
120	2	2	2	3	2	2	4	5	5	2	5	3	2	3	2	1	2	2
121	4	4	4	2	2	2	2	5	5	2	5	3	5	4	4	4	5	4
122	4	4	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4
123	4	4	4	5	1	1	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4
124	2	4	3	3	2	4	3	5	5	2	4	3	4	3	4	3	4	4
125	3	3	3	3	1	4	4	5	4	2	4	3	2	3	4	4	4	3
126	2	4	4	2	3	3	5	5	5	4	5	3	3	3	3	4	5	2
127	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4

128	1	4	4	4	1	4	5	5	5	2	4	3	4	2	3	2	4	4
129	3	3	3	2	1	3	2	5	5	2	5	3	3	4	3	4	4	3
130	2	4	4	3	2	4	2	4	4	2	5	2	4	4	4	4	3	3
131	2	2	2	2	2	2	2	4	5	2	5	3	2	4	2	2	2	4
132	4	2	2	2	2	2	2	1	5	2	5	3	2	4	2	2	2	4
133	2	2	2	2	2	2	2	5	5	2	5	3	2	4	2	2	2	4
134	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	3	5	3	5	4
135	1	1	2	1	1	1	4	4	5	1	1	1	1	1	1	1	2	1
136	4	4	4	3	4	5	3	5	5	3	5	4	4	2	3	4	4	4
137	1	1	1	1	5	2	1	5	5	3	5	3	2	2	2	2	2	1
138	2	4	4	2	2	4	2	5	3	2	5	2	2	2	5	2	4	2
139	4	3	3	3	2	3	2	5	5	2	5	3	4	2	4	2	3	2
140	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
141	2	2	2	3	4	2	4	4	4	1	4	4	2	2	2	2	2	2
142	4	4	4	2	2	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4
143	2	4	3	4	2	4	4	4	5	4	5	4	2	4	4	2	4	4
144	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	2	4	4	4	3
145	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3
146	5	5	4	4	4	2	4	5	4	3	5	2	4	4	5	3	4	4
147	4	4	2	4	4	4	2	1	5	5	2	3	4	4	2	2	2	4
148	4	4	2	2	4	4	2	1	5	5	2	3	4	4	2	2	2	4
149	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	1	4	3	4	3	2
150	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
151	4	5	4	2	1	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4
152	5	4	5	4	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
153	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	3	4	5
154	1	1	4	1	1	4	3	2	5	1	5	1	2	3	2	1	4	4
155	2	2	4	2	5	2	4	5	5	2	4	3	2	3	2	2	2	3
156	4	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	2	3	4
157	3	5	4	4	4	2	2	5	5	2	5	4	2	4	2	3	4	4
158	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	2	3	3	4	3	3
159	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	1	2	2	4	2	2	3	2
160	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	5	4	4	2

161	4	4	4	3	4	4	5	5	5	2	5	3	4	4	4	4	4
162	3	4	3	3	1	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3
163	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3
164	4	4	4	4	5	4	2	4	4	2	5	4	2	4	4	5	4
165	4	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4
166	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4
167	2	2	2	3	2	2	2	5	5	4	4	3	2	3	4	2	2
168	2	4	3	3	3	4	4	5	5	1	5	3	4	4	4	2	2
169	4	5	4	3	2	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4
170	1	4	2	2	4	2	2	5	4	1	5	1	2	2	2	2	2
171	2	4	3	2	4	2	2	4	4	2	4	2	3	2	4	2	2
172	2	4	4	4	2	4	4	5	5	2	5	2	4	4	4	5	4
173	2	3	3	4	2	4	4	4	2	3	5	3	4	4	2	2	2
174	4	4	2	4	2	4	4	5	5	2	5	4	4	4	4	4	4
175	3	3	3	2	2	4	3	4	5	1	5	3	3	3	3	3	4
176	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4
177	3	4	4	2	2	4	3	5	5	3	5	1	4	2	4	3	4
178	3	2	3	4	2	4	4	5	4	2	5	3	2	2	3	2	3
179	2	2	4	3	2	5	4	5	5	2	5	2	2	3	4	2	2
180	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	4	3	4	2	2	2	4	5	5	4	5	2	3	2	4	1	2
182	1	1	1	2	2	4	5	5	5	1	5	1	4	2	2	2	2
183	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
184	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	1	2	2	4	2	2	3
185	4	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5
186	4	4	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5
187	3	2	3	2	2	2	2	5	5	2	5	4	2	2	3	4	3
188	3	3	3	1	1	4	3	5	5	2	5	3	3	3	3	3	3
189	2	4	3	1	1	4	4	4	5	2	5	2	2	4	2	2	2
190	2	4	5	1	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
191	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	1	2	3	4	4	4	4
192	3	2	4	4	2	4	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	4
193	2	4	2	2	2	2	4	5	5	2	4	2	2	4	2	2	2

194	2	5	2	3	2	2	2	2	5	4	2	3	4	2	2	2	2	2	4	2
195	1	2	2	2	2	2	2	2	1	5	5	2	5	1	2	3	2	2	3	2
196	2	2	4	2	2	4	4	4	4	5	4	2	1	4	4	4	2	2	3	3
197	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	5	5	4	3	4
198	2	3	5	2	5	3	4	5	4	5	3	1	1	5	2	1	2	3	3	3
199	1	3	4	4	4	1	3	3	1	1	4	2	4	2	4	2	2	5	3	3
200	3	3	5	5	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	4	3	2	2	3	3
201	5	5	3	4	5	5	3	5	2	3	2	4	1	1	1	1	4	4	4	4
202	1	3	5	5	4	1	3	3	3	2	2	3	2	1	2	1	2	4	2	2
203	1	2	2	2	3	2	1	4	4	4	4	3	2	3	1	1	4	4	4	1
204	4	4	3	3	5	4	2	2	3	3	3	4	1	2	1	2	2	2	2	2
205	2	2	3	3	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	3	3	4	3	2	2
206	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4
207	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	2	3
208	2	2	3	3	4	2	4	5	5	1	5	3	2	3	3	3	4	2	2	2
209	2	4	2	3	1	4	4	5	5	1	5	3	3	4	2	2	2	2	4	4
210	2	4	3	4	4	2	1	5	5	4	5	4	2	2	2	2	4	4	4	4
211	1	5	4	4	1	4	4	4	5	3	5	3	2	2	2	2	3	4	4	2
212	2	2	2	3	2	2	4	5	5	2	5	3	2	3	2	2	1	2	2	2
213	4	4	4	2	2	2	2	5	5	2	5	3	5	4	4	4	4	5	4	4
214	4	4	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
215	4	4	4	5	1	1	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4
216	2	4	3	3	2	4	3	5	5	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
217	3	3	3	3	1	4	4	5	4	2	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3
218	2	4	4	2	3	3	5	5	5	4	5	3	3	3	3	3	4	5	2	2
219	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4
220	1	4	4	4	1	4	5	5	5	2	4	3	4	2	3	2	2	4	4	4
221	3	3	3	2	1	3	2	5	5	2	5	3	3	4	3	4	4	4	4	3
222	2	4	4	3	2	4	2	4	4	2	5	2	4	4	4	4	4	3	3	3
223	2	2	2	2	2	2	2	4	5	2	5	3	2	4	2	2	2	2	4	4
224	4	2	2	2	2	2	2	1	5	2	5	3	2	4	2	2	2	2	4	4
225	2	2	2	2	2	2	2	5	5	2	5	3	2	4	2	2	2	2	4	4
226	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	3	5	3	5	5	4	4

227	1	1	2	1	1	1	4	4	5	1	1	1	1	1	1	1	2	1
228	4	4	4	3	4	5	3	5	5	3	5	4	4	2	3	4	4	4
229	1	1	1	1	5	2	1	5	5	3	5	3	2	2	2	2	2	1
230	2	4	4	2	2	4	2	5	3	2	5	2	2	2	5	2	4	2
231	4	3	3	3	2	3	2	5	5	2	5	3	4	2	4	2	3	2
232	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
233	2	2	2	3	4	2	4	4	4	1	4	4	2	2	2	2	2	2
234	4	4	4	2	2	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4
235	2	4	3	4	2	4	4	4	5	4	5	4	2	4	4	2	4	4
236	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	2	4	4	4	3
237	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3
238	5	5	4	4	4	2	4	5	4	3	5	2	4	4	5	3	4	4
239	4	4	2	4	4	4	2	1	5	5	2	3	4	4	2	2	2	4
240	4	4	2	2	4	4	2	1	5	5	2	3	4	4	2	2	2	4
241	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	1	4	3	4	3	2
242	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
243	4	5	4	2	1	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4
244	5	4	5	4	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
245	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	3	4	5
246	1	1	4	1	1	4	3	2	5	1	5	1	2	3	2	1	4	4
247	2	2	4	2	5	2	4	5	5	2	4	3	2	3	2	2	2	3
248	4	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	2	3	4
249	3	5	4	4	4	2	2	5	5	2	5	4	2	4	2	3	4	4
250	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	2	3	3	4	3	3
251	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	1	2	2	4	2	2	3	2
252	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	5	4	4	2
253	4	4	4	3	4	4	5	5	5	2	5	3	4	4	4	4	4	4
254	3	4	3	3	1	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3
255	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
256	4	4	4	4	5	4	2	4	4	2	5	4	2	4	4	5	4	4
257	4	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	3
258	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4
259	2	2	2	3	2	2	2	5	5	4	4	3	2	3	4	2	2	2

260	2	4	3	3	3	4	4	5	5	1	5	3	4	4	4	2	2	3
261	4	5	4	3	2	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4
262	1	4	2	2	4	2	2	5	4	1	5	1	2	2	2	2	2	4
263	2	4	3	2	4	2	2	4	4	2	4	2	3	2	4	2	2	3
264	2	4	4	4	2	4	4	5	5	2	5	2	4	4	4	5	4	4
265	2	3	3	4	2	4	4	4	2	3	5	3	4	4	2	2	2	3
266	4	4	2	4	2	4	4	5	5	2	5	4	4	4	4	4	4	3
267	3	3	3	2	2	4	3	4	5	1	5	3	3	3	3	3	4	3
268	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4	4
269	3	4	4	2	2	4	3	5	5	3	5	1	4	2	4	3	4	4
270	3	2	3	4	2	4	4	5	4	2	5	3	2	2	3	2	3	3
271	2	2	4	3	2	5	4	5	5	2	5	2	2	3	4	2	2	2
272	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
273	4	3	4	2	2	2	4	5	5	4	5	2	3	2	4	1	2	2
274	1	1	1	2	2	4	5	5	5	1	5	1	4	2	2	2	2	1
275	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
276	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	1	2	2	4	2	2	3	2
277	4	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5	4
278	4	4	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5	4
279	3	2	3	2	2	2	2	5	5	2	5	4	2	2	3	4	3	3
280	3	3	3	1	1	4	3	5	5	2	5	3	3	3	3	3	3	4
281	2	4	3	1	1	4	4	4	5	2	5	2	2	4	2	2	2	2
282	2	4	5	1	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
283	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	1	2	3	4	4	4	4	4
284	3	2	4	4	2	4	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4
285	2	4	2	2	2	2	4	5	5	2	4	2	2	4	2	2	2	2
286	2	5	2	3	2	2	2	5	4	2	3	4	2	2	2	2	4	2
287	1	2	2	2	2	2	1	5	5	2	5	1	2	3	2	2	3	2
288	2	2	4	2	2	4	4	5	4	2	1	4	4	4	2	2	3	3
289	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	5	5	4	3	4
290	2	3	5	2	5	3	4	5	3	1	1	5	2	1	2	3	3	3
291	1	3	4	4	4	1	3	3	1	1	4	2	4	2	2	5	3	3
292	3	3	5	5	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3

293	5	5	3	4	5	5	3	5	2	3	2	4	1	1	1	4	4	4
294	1	3	5	5	4	1	3	3	3	2	2	3	2	1	2	4	2	2
295	1	2	2	2	3	2	1	4	4	4	3	2	3	1	1	4	4	1
296	4	4	3	3	5	4	2	2	3	3	3	4	1	2	1	2	2	2
297	2	2	3	3	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	3	4	3	2
298	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4
299	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	2	3
300	2	2	3	3	4	2	4	5	5	1	5	3	2	3	3	4	2	2
301	2	4	2	3	1	4	4	5	5	1	5	3	3	4	2	2	2	4
302	2	4	3	4	4	2	1	5	5	4	5	4	2	2	2	4	4	4
303	1	5	4	4	1	4	4	4	5	3	5	3	2	2	2	3	4	2
304	2	2	2	3	2	2	4	5	5	2	5	3	2	3	2	1	2	2
305	4	4	4	2	2	2	2	5	5	2	5	3	5	4	4	4	5	4
306	4	4	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4
307	4	4	4	5	1	1	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4
308	2	4	3	3	2	4	3	5	5	2	4	3	4	3	4	3	4	4
309	3	3	3	3	1	4	4	5	4	2	4	3	2	3	4	4	4	3
310	2	4	4	2	3	3	5	5	5	4	5	3	3	3	3	4	5	2
311	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4
312	1	4	4	4	1	4	5	5	5	2	4	3	4	2	3	2	4	4
313	3	3	3	2	1	3	2	5	5	2	5	3	3	4	3	4	4	3
314	2	4	4	3	2	4	2	4	4	2	5	2	4	4	4	4	3	3
315	2	2	2	2	2	2	2	4	5	2	5	3	2	4	2	2	2	4
316	4	2	2	2	2	2	2	1	5	2	5	3	2	4	2	2	2	4
317	2	2	2	2	2	2	2	5	5	2	5	3	2	4	2	2	2	4
318	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	3	5	3	5	4
319	1	1	2	1	1	1	4	4	5	1	1	1	1	1	1	1	2	1
320	4	4	4	3	4	5	3	5	5	3	5	4	4	2	3	4	4	4
321	1	1	1	1	5	2	1	5	5	3	5	3	2	2	2	2	2	1
322	2	4	4	2	2	4	2	5	3	2	5	2	2	2	5	2	4	2
323	4	3	3	3	2	3	2	5	5	2	5	3	4	2	4	2	3	2
324	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
325	2	2	2	3	4	2	4	4	4	1	4	4	2	2	2	2	2	2

326	4	4	4	2	2	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4
327	2	4	3	4	2	4	4	4	5	4	5	4	2	4	4	2	4	4
328	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	2	4	4	4	3
329	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3
330	5	5	4	4	4	2	4	5	4	3	5	2	4	4	5	3	4	4
331	4	4	2	4	4	4	2	1	5	5	2	3	4	4	2	2	2	4
332	4	4	2	2	4	4	2	1	5	5	2	3	4	4	2	2	2	4
333	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	1	4	3	4	3	2
334	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4
335	4	5	4	2	1	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4
336	5	4	5	4	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
337	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	3	4	5
338	1	1	4	1	1	4	3	2	5	1	5	1	2	3	2	1	4	4
339	2	2	4	2	5	2	4	5	5	2	4	3	2	3	2	2	2	3
340	4	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	2	3	4
341	3	5	4	4	4	2	2	5	5	2	5	4	2	4	2	3	4	4
342	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	2	3	3	4	3	3
343	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	1	2	2	4	2	2	3	2
344	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	5	4	4	2
345	4	4	4	3	4	4	5	5	5	2	5	3	4	4	4	4	4	4
346	3	4	3	3	1	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3
347	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
348	4	4	4	4	5	4	2	4	4	2	5	4	2	4	4	5	4	4
349	4	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	3
350	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4
351	2	2	2	3	2	2	2	5	5	4	4	3	2	3	4	2	2	2
352	2	4	3	3	3	4	4	5	5	1	5	3	4	4	4	2	2	3
353	4	5	4	3	2	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4
354	1	4	2	2	4	2	2	5	4	1	5	1	2	2	2	2	2	4
355	2	4	3	2	4	2	2	4	4	2	4	2	3	2	4	2	2	3
356	2	4	4	4	2	4	4	5	5	2	5	2	4	4	4	5	4	4
357	2	3	3	4	2	4	4	4	2	3	5	3	4	4	2	2	2	3
358	4	4	2	4	2	4	4	5	5	2	5	4	4	4	4	4	4	3

359	3	3	3	2	2	4	3	4	5	1	5	3	3	3	3	4	3
360	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	4	4
361	3	4	4	2	2	4	3	5	5	3	5	1	4	2	4	3	4
362	3	2	3	4	2	4	4	5	4	2	5	3	2	2	3	2	3
363	2	2	4	3	2	5	4	5	5	2	5	2	2	3	4	2	2
364	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
365	4	3	4	2	2	2	4	5	5	4	5	2	3	2	4	1	2
366	1	1	1	2	2	4	5	5	5	1	5	1	4	2	2	2	1
367	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
368	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	1	2	2	4	2	2	3
369	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
370	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4

BASE DE DATOS VI: VALORES																				
	VALORES HUMANOS										VALORES ORGANIZACIONALES									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
2	5	4	2	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	4	4	2	4	5	5	4	2	2	2	2
4	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5	5	3	2	5	4	3	3	2	5	5
5	2	4	3	2	3	2	2	2	2	5	3	1	4	5	3	4	3	3	2	2
6	2	4	2	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	5	4	4	4	4	1	2
7	2	2	2	2	4	4	2	2	2	5	2	2	4	4	4	4	4	4	1	2
8	2	4	2	3	2	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3
9	2	2	2	2	2	2	1	2	2	5	2	2	2	4	3	2	2	2	1	2
10	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	4	2	2	1	1	2	2	1
11	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	5	4	4	3	3	1	2
12	4	4	3	4	4	4	2	2	2	1	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2
13	1	4	4	5	2	1	4	2	3	2	3	3	3	4	2	4	2	3	1	3
14	3	3	2	1	4	3	5	3	4	2	5	3	3	1	2	3	4	3	3	4
15	2	3	1	1	1	2	2	2	3	4	4	4	2	2	3	5	2	2	2	3
16	2	1	1	1	5	5	2	4	2	4	3	2	2	5	5	2	2	2	1	3
17	3	4	3	4	5	4	3	4	4	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2
18	4	3	3	1	4	5	4	4	2	4	2	4	2	4	4	5	1	2	2	2
19	2	4	4	4	4	2	3	5	2	4	3	2	1	2	3	5	1	3	1	2
20	4	3	4	1	2	3	2	3	4	2	1	2	1	1	1	2	2	1	3	3
21	4	3	3	1	3	3	2	5	4	5	2	2	3	3	2	3	2	3	5	5
22	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	2	4	3	4	5	4	4	4	4	4
23	2	5	4	4	4	3	4	2	4	1	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4
24	2	3	2	2	3	4	2	4	3	3	2	2	2	4	5	5	4	3	4	2
25	2	2	4	2	2	2	3	2	4	2	2	1	2	3	4	2	2	2	1	1
26	4	4	2	2	4	4	4	2	2	5	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2
27	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	5	2	1	5	1
28	2	2	3	1	3	3	2	3	2	4	2	2	2	4	3	3	4	2	1	2
29	2	2	4	4	3	2	4	4	2	3	3	4	2	5	5	1	4	4	4	5

30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
31	4	1	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3
32	3	4	3	2	4	3	3	4	4	5	2	4	2	4	4	4	4	4	2
33	3	4	3	3	3	3	2	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	2	2
34	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	5	5	4	4	4	2
35	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
36	3	4	3	3	3	3	2	3	4	5	1	3	3	1	5	4	4	3	3
37	4	4	4	2	3	2	2	2	4	5	3	3	3	5	3	5	4	4	2
38	2	4	4	4	4	3	2	2	4	5	4	4	2	2	4	4	4	4	4
39	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	4	5	2	1	1	2
40	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	4	5	2	1	1	2
41	1	3	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2
42	4	5	4	4	2	2	2	3	3	1	2	3	4	4	5	4	4	4	5
43	1	1	3	1	2	1	1	2	2	4	2	2	3	5	5	2	3	3	1
44	4	5	4	1	2	2	2	2	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2
45	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	4	2	4	2	1
46	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2	4	2
47	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	1
48	3	3	4	3	4	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3
49	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	2	4	4	2	3	2
50	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	1
51	3	4	4	4	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
52	4	4	3	4	4	4	5	2	4	3	4	4	2	5	5	3	4	5	4
53	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4
54	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3	4	3	2	5	2	3	3	4
55	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	2
56	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	2
57	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	1
58	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
59	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
60	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
61	4	5	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	5	5	5	5	4	4
62	1	1	1	1	2	2	2	1	1	4	1	1	5	4	5	3	2	4	1

63	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	5	2	1	4	2	3	2
64	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	5	5	3	5
65	4	4	4	4	2	3	4	3	4	5	3	1	4	5	4	4	4	4	3	3
66	3	4	3	3	3	4	4	3	3	5	1	2	4	4	2	2	4	3	4	2
67	2	2	4	1	2	2	2	3	4	1	1	4	2	4	4	1	2	2	3	4
68	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	3	3	4	4	4	3
69	2	2	2	2	2	2	4	2	4	5	2	2	2	5	3	3	4	3	1	3
70	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4
71	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2
72	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
73	4	5	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	2	4
74	4	4	2	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
75	3	3	4	2	3	2	2	4	4	4	3	2	4	2	4	3	4	4	2	4
76	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	4	4	4	4	1	3
77	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
78	2	2	3	3	3	1	1	1	3	4	5	1	1	4	4	1	2	1	2	2
79	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	2	2	4	4	2	3	3	2	4
80	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4
81	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2
82	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	3	3	2	4	5	4	3	4	1	2
83	2	3	3	1	3	1	1	1	2	3	1	3	2	4	4	1	4	3	2	2
84	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	2	2
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	4	3	4	3	4	3	3
86	4	4	4	4	3	5	2	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	5	4	4
87	2	5	2	1	3	2	1	1	2	5	1	1	2	5	2	5	3	2	1	1
88	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2	3
89	4	4	4	4	3	2	4	2	2	5	4	2	1	4	3	4	3	3	1	2
90	1	2	1	1	4	1	1	2	2	2	1	2	1	2	4	5	1	1	1	2
91	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
92	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	2	1
93	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
94	5	4	2	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
95	2	4	2	2	2	2	2	3	2	4	4	2	4	5	5	4	2	2	2	2

96	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5	5	3	2	5	4	3	3	2	5	5
97	2	4	3	2	3	2	2	2	2	5	3	1	4	5	3	4	3	3	2	2
98	2	4	2	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	5	4	4	4	4	1	2
99	2	2	2	2	4	4	2	2	2	5	2	2	4	4	4	4	4	4	1	2
100	2	4	2	3	2	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3
101	2	2	2	2	2	2	1	2	2	5	2	2	2	4	3	2	2	2	1	2
102	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	4	2	2	1	1	2	2	1
103	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	5	4	4	3	3	1	2
104	4	4	3	4	4	4	2	2	2	1	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2
105	1	4	4	5	2	1	4	2	3	2	3	3	3	4	2	4	2	3	1	3
106	3	3	2	1	4	3	5	3	4	2	5	3	3	1	2	3	4	3	3	4
107	2	3	1	1	1	2	2	2	3	4	4	4	2	2	3	5	2	2	2	3
108	2	1	1	1	5	5	2	4	2	4	3	2	2	5	5	2	2	2	1	3
109	3	4	3	4	5	4	3	4	4	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2
110	4	3	3	1	4	5	4	4	2	4	2	4	2	4	4	5	1	2	2	2
111	2	4	4	4	4	2	3	5	2	4	3	2	1	2	3	5	1	3	1	2
112	4	3	4	1	2	3	2	3	4	2	1	2	1	1	1	2	2	1	3	3
113	4	3	3	1	3	3	2	5	4	5	2	2	3	3	2	3	2	3	5	5
114	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	2	4	3	4	5	4	4	4	4	4
115	2	5	4	4	4	3	4	2	4	1	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4
116	2	3	2	2	3	4	2	4	3	3	2	2	2	4	5	5	4	3	4	2
117	2	2	4	2	2	2	3	2	4	2	2	1	2	3	4	2	2	2	1	1
118	4	4	2	2	4	4	4	2	2	5	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2
119	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	5	2	1	5	1
120	2	2	3	1	3	3	2	3	2	4	2	2	2	4	3	3	4	2	1	2
121	2	2	4	4	3	2	4	4	2	3	3	4	2	5	5	1	4	4	4	5
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
123	4	1	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4
124	3	4	3	2	4	3	3	4	4	5	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2
125	3	4	3	3	3	3	2	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3
126	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	5	5	4	4	4	2	2
127	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
128	3	4	3	3	3	3	2	3	4	5	1	3	3	1	5	4	4	3	3	3

129	4	4	4	2	3	2	2	2	4	5	3	3	3	5	3	5	4	4	2	3
130	2	4	4	4	4	3	2	2	4	5	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3
131	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	4	5	2	1	1	2	2
132	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	4	5	2	1	1	2	2
133	1	3	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2
134	4	5	4	4	2	2	2	3	3	1	2	3	4	4	5	4	4	4	5	2
135	1	1	3	1	2	1	1	2	2	4	2	2	3	5	5	2	3	3	1	2
136	4	5	4	1	2	2	2	2	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2	4
137	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	4	2	4	2	1	2
138	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2	4	2	2
139	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	1	2
140	3	3	4	3	4	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3	2
141	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	2	4	4	2	3	2	2
142	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	1	3
143	3	4	4	4	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3
144	4	4	3	4	4	4	5	2	4	3	4	4	2	5	5	3	4	5	4	4
145	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	3
146	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3	4	3	2	5	2	3	3	4	3
147	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	2	1
148	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	2	1
149	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	1	3
150	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
151	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
152	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
153	4	5	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	5	5	5	5	4	4	2
154	1	1	1	1	2	2	2	1	1	4	1	1	5	4	5	3	2	4	1	1
155	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	5	2	1	4	2	3	2
156	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	5	5	3	5
157	4	4	4	4	2	3	4	3	4	5	3	1	4	5	4	4	4	4	3	3
158	3	4	3	3	3	4	4	3	3	5	1	2	4	4	2	2	4	3	4	2
159	2	2	4	1	2	2	2	3	4	1	1	4	2	4	4	1	2	2	3	4
160	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	3	3	4	4	4	3
161	2	2	2	2	2	2	4	2	4	5	2	2	2	5	3	3	4	3	1	3

162	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4
163	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2
164	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
165	4	5	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	2	4
166	4	4	2	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
167	3	3	4	2	3	2	2	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	3	4	4
168	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	4	4	4	3
169	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3
170	2	2	3	3	3	1	1	1	3	4	4	5	1	1	4	4	1	2	1	2
171	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	4	2	2	4	4	2	3	3	2
172	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2
173	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2
174	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	3	3	3	2	4	5	4	3	4	1
175	2	3	3	1	3	1	1	1	2	3	1	3	2	4	4	4	1	4	3	2
176	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	2
177	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	3	4	3	4	3
178	4	4	4	4	3	5	2	4	4	2	2	2	2	3	4	4	4	4	5	4
179	2	5	2	1	3	2	1	1	2	5	1	1	1	2	5	2	5	3	2	1
180	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2
181	4	4	4	4	3	2	4	2	2	5	4	2	1	4	3	4	3	3	1	2
182	1	2	1	1	4	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	4	5	1	1
183	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
184	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	2
185	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
186	5	4	2	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
187	2	4	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4	2	4	5	5	4	2	2	2
188	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	3	2	5	4	3	3	2	5
189	2	4	3	2	3	2	2	2	2	5	3	1	4	5	3	4	3	3	2	2
190	2	4	2	3	3	3	2	4	3	2	4	4	4	3	5	4	4	4	4	1
191	2	2	2	2	4	4	2	2	2	5	2	2	4	4	4	4	4	4	4	1
192	2	4	2	3	2	3	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3
193	2	2	2	2	2	2	1	2	2	5	2	2	2	4	3	2	2	2	2	1
194	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	4	2	2	1	1	2	1

195	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	5	4	4	3	3	1	2
196	4	4	3	4	4	4	2	2	2	1	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2
197	1	4	4	5	2	1	4	2	3	2	3	3	3	4	2	4	2	3	1	3
198	3	3	2	1	4	3	5	3	4	2	5	3	3	1	2	3	4	3	3	4
199	2	3	1	1	1	2	2	2	3	4	4	4	2	2	3	5	2	2	2	3
200	2	1	1	1	5	5	2	4	2	4	3	2	2	5	5	2	2	2	1	3
201	3	4	3	4	5	4	3	4	4	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2
202	4	3	3	1	4	5	4	4	2	4	2	4	2	4	4	5	1	2	2	2
203	2	4	4	4	4	2	3	5	2	4	3	2	1	2	3	5	1	3	1	2
204	4	3	4	1	2	3	2	3	4	2	1	2	1	1	1	2	2	1	3	3
205	4	3	3	1	3	3	2	5	4	5	2	2	3	3	2	3	2	3	5	5
206	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	2	4	3	4	5	4	4	4	4	4
207	2	5	4	4	4	3	4	2	4	1	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4
208	2	3	2	2	3	4	2	4	3	3	2	2	2	4	5	5	4	3	4	2
209	2	2	4	2	2	2	3	2	4	2	2	1	2	3	4	2	2	2	1	1
210	4	4	2	2	4	4	4	2	2	5	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2
211	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	5	2	1	5	1
212	2	2	3	1	3	3	2	3	2	4	2	2	2	4	3	3	4	2	1	2
213	2	2	4	4	3	2	4	4	2	3	3	4	2	5	5	1	4	4	4	5
214	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
215	4	1	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4
216	3	4	3	2	4	3	3	4	4	5	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2
217	3	4	3	3	3	3	2	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3
218	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	5	5	4	4	4	2	2
219	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
220	3	4	3	3	3	3	2	3	4	5	1	3	3	1	5	4	4	3	3	3
221	4	4	4	2	3	2	2	2	4	5	3	3	3	5	3	5	4	4	2	3
222	2	4	4	4	4	3	2	2	4	5	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3
223	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	4	5	2	1	1	2	2
224	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	4	5	2	1	1	2	2
225	1	3	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2
226	4	5	4	4	2	2	2	3	3	1	2	3	4	4	5	4	4	4	5	2
227	1	1	3	1	2	1	1	2	2	4	2	2	3	5	5	2	3	3	1	2

228	4	5	4	1	2	2	2	2	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2	4
229	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	4	2	4	2	1	2
230	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2	4	2	2
231	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	1	2
232	3	3	4	3	4	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3	2
233	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	2	4	4	2	3	2	2
234	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	1	3
235	3	4	4	4	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3
236	4	4	3	4	4	4	5	2	4	3	4	4	2	5	5	3	4	5	4	4
237	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	3
238	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3	4	3	2	5	2	3	3	4	3
239	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	2	1
240	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	2	1
241	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	1	3
242	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
243	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
244	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
245	4	5	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	5	5	5	5	4	4	2
246	1	1	1	1	2	2	2	1	1	4	1	1	5	4	5	3	2	4	1	1
247	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	5	2	1	4	2	3	2
248	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	5	5	3	5
249	4	4	4	4	2	3	4	3	4	5	3	1	4	5	4	4	4	4	3	3
250	3	4	3	3	3	4	4	3	3	5	1	2	4	4	2	2	4	3	4	2
251	2	2	4	1	2	2	2	3	4	1	1	4	2	4	4	1	2	2	3	4
252	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	3	3	4	4	4	3
253	2	2	2	2	2	2	4	2	4	5	2	2	2	5	3	3	4	3	1	3
254	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4
255	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2
256	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
257	4	5	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	2	4
258	4	4	2	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
259	3	3	4	2	3	2	2	4	4	4	3	2	4	2	4	3	4	4	2	4
260	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	4	4	4	4	1	3

261	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
262	2	2	3	3	3	1	1	1	3	4	5	1	1	4	4	1	2	1	2	2
263	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	2	2	4	4	2	3	3	2	4
264	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4
265	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2
266	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	3	3	2	4	5	4	3	4	1	2
267	2	3	3	1	3	1	1	1	2	3	1	3	2	4	4	1	4	3	2	2
268	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	2	2
269	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	4	3	4	3	4	3	3
270	4	4	4	4	3	5	2	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	5	4	4
271	2	5	2	1	3	2	1	1	2	5	1	1	2	5	2	5	3	2	1	1
272	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	2	3
273	4	4	4	4	3	2	4	2	2	5	4	2	1	4	3	4	3	3	1	2
274	1	2	1	1	4	1	1	2	2	2	1	2	1	2	4	5	1	1	1	2
275	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
276	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	2	1
277	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
278	5	4	2	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
279	2	4	2	2	2	2	2	3	2	4	4	2	4	5	5	4	2	2	2	2
280	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5	5	3	2	5	4	3	3	2	5	5
281	2	4	3	2	3	2	2	2	2	5	3	1	4	5	3	4	3	3	2	2
282	2	4	2	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	5	4	4	4	4	1	2
283	2	2	2	2	4	4	2	2	2	5	2	2	4	4	4	4	4	4	1	2
284	2	4	2	3	2	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3
285	2	2	2	2	2	2	1	2	2	5	2	2	2	4	3	2	2	2	1	2
286	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	4	2	2	1	1	2	2	1
287	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	5	4	4	3	3	1	2
288	4	4	3	4	4	4	2	2	2	1	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2
289	1	4	4	5	2	1	4	2	3	2	3	3	3	4	2	4	2	3	1	3
290	3	3	2	1	4	3	5	3	4	2	5	3	3	1	2	3	4	3	3	4
291	2	3	1	1	1	2	2	2	3	4	4	4	2	2	3	5	2	2	2	3
292	2	1	1	1	5	5	2	4	2	4	3	2	2	5	5	2	2	2	1	3
293	3	4	3	4	5	4	3	4	4	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2

294	4	3	3	1	4	5	4	4	2	4	2	4	2	4	4	5	1	2	2	2
295	2	4	4	4	4	2	3	5	2	4	3	2	1	2	3	5	1	3	1	2
296	4	3	4	1	2	3	2	3	4	2	1	2	1	1	1	2	2	1	3	3
297	4	3	3	1	3	3	2	5	4	5	2	2	3	3	2	3	2	3	5	5
298	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	2	4	3	4	5	4	4	4	4	4
299	2	5	4	4	4	3	4	2	4	1	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4
300	2	3	2	2	3	4	2	4	3	3	2	2	2	4	5	5	4	3	4	2
301	2	2	4	2	2	2	3	2	4	2	2	1	2	3	4	2	2	2	1	1
302	4	4	2	2	4	4	4	2	2	5	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2
303	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	5	2	1	5	1
304	2	2	3	1	3	3	2	3	2	4	2	2	2	4	3	3	4	2	1	2
305	2	2	4	4	3	2	4	4	2	3	3	4	2	5	5	1	4	4	4	5
306	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
307	4	1	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4
308	3	4	3	2	4	3	3	4	4	5	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2
309	3	4	3	3	3	3	2	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3
310	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	5	5	4	4	4	2	2
311	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
312	3	4	3	3	3	3	2	3	4	5	1	3	3	1	5	4	4	3	3	3
313	4	4	4	2	3	2	2	2	4	5	3	3	3	5	3	5	4	4	2	3
314	2	4	4	4	4	3	2	2	4	5	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3
315	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	4	5	2	1	1	2	2
316	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	4	5	2	1	1	2	2
317	1	3	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2
318	4	5	4	4	2	2	2	3	3	1	2	3	4	4	5	4	4	4	5	2
319	1	1	3	1	2	1	1	2	2	4	2	2	3	5	5	2	3	3	1	2
320	4	5	4	1	2	2	2	2	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2	4
321	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	4	2	4	2	1	2
322	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2	4	2	2
323	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	1	2
324	3	3	4	3	4	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3	2
325	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	2	4	4	2	3	2	2
326	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	1	3

327	3	4	4	4	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3
328	4	4	3	4	4	4	5	2	4	3	4	4	2	5	5	3	4	5	4	4
329	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	3
330	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3	4	3	2	5	2	3	3	4	3
331	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	2	1
332	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1	2	1
333	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	1	3
334	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
335	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
336	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
337	4	5	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	5	5	5	5	4	4	2
338	1	1	1	1	2	2	2	1	1	4	1	1	5	4	5	3	2	4	1	1
339	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	5	2	1	4	2	3	2
340	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	5	5	3	5
341	4	4	4	4	2	3	4	3	4	5	3	1	4	5	4	4	4	4	3	3
342	3	4	3	3	3	4	4	3	3	5	1	2	4	4	2	2	4	3	4	2
343	2	2	4	1	2	2	2	3	4	1	1	4	2	4	4	1	2	2	3	4
344	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	3	3	4	4	4	3
345	2	2	2	2	2	2	4	2	4	5	2	2	2	5	3	3	4	3	1	3
346	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4
347	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2
348	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
349	4	5	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	2	4
350	4	4	2	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
351	3	3	4	2	3	2	2	4	4	4	3	2	4	2	4	3	4	4	2	4
352	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	4	4	4	4	1	3
353	3	4	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
354	2	2	3	3	3	1	1	1	3	4	5	1	1	4	4	1	2	1	2	2
355	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	2	2	4	4	2	3	3	2	4
356	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4
357	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2
358	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	3	3	2	4	5	4	3	4	1	2
359	2	3	3	1	3	1	1	1	2	3	1	3	2	4	4	1	4	3	2	2

360	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2
361	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	4	3	4	3	3
362	4	4	4	4	3	5	2	4	4	2	2	2	3	4	4	4	5	4	4
363	2	5	2	1	3	2	1	1	2	5	1	1	2	5	2	5	3	2	1
364	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	2
365	4	4	4	4	3	2	4	2	2	5	4	2	1	4	3	4	3	3	1
366	1	2	1	1	4	1	1	2	2	2	1	2	1	2	4	5	1	1	1
367	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
368	1	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	4	5	1	1	1
369	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
370	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5

	BASE DE DATOS VD: SATISFACCIÓN DEL USUARIO																	
	Capacidad de respuesta						Empatía						Elementos tangibles					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
1	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	5	5	4
2	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	5	5	4
3	3	2	3	2	5	3	4	2	9	2	2	3	3	2	4	4	2	2
4	4	3	3	3	5	4	3	5	3	1	4	4	4	3	2	5	4	3
5	3	2	2	2	5	3	4	2	2	3	3	3	3	2	2	4	2	3
6	4	3	2	2	5	4	3	1	2	2	4	3	1	2	4	4	3	4
7	3	2	2	1	4	4	4	2	1	1	2	1	2	4	4	4	4	2
8	3	3	3	3	5	2	4	2	2	4	4	2	3	2	4	5	4	4
9	2	2	2	2	4	4	2	1	2	2	2	2	2	1	4	4	2	2
10	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	5	2	1
11	3	4	3	2	4	1	4	2	4	2	2	2	3	3	2	4	4	2
12	3	3	3	2	5	2	2	2	4	4	2	3	2	2	2	5	4	2
13	4	4	2	3	3	5	2	1	1	4	2	1	3	1	1	4	3	4
14	2	5	3	5	4	5	2	2	2	3	1	3	1	4	2	2	1	3
15	1	2	1	2	4	4	2	1	2	1	1	2	2	4	4	4	5	4
16	4	3	3	4	3	4	2	2	2	4	5	5	3	2	3	1	5	2
17	1	3	2	2	3	4	2	3	4	4	1	1	4	4	5	3	3	3
18	4	2	2	1	4	4	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	4	4
19	2	1	2	2	1	2	5	4	2	2	1	3	2	3	1	3	3	5
20	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	5	3	4	2
21	2	3	4	3	4	4	1	4	3	3	2	1	3	5	4	4	4	3
22	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5
23	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5
24	5	4	4	3	4	3	4	2	4	1	2	4	4	4	4	4	3	3
25	3	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	4	4	2	2	4	2	3
26	1	4	2	1	5	2	1	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2
27	5	2	2	2	5	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	5
28	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3
29	3	3	2	2	4	4	1	1	1	1	1	1	5	2	2	2	2	2
30	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4

31	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	2	4	2	4
32	4	4	2	2	4	2					4	2	2	4	4	4	4	4	4
33	3	3	3	3	5	4					3	1	2	1	3	1	3	1	2
34	4	3	3	3	5	4					4	4	4	2	2	4	4	4	4
35	2	4	2	2	4	4					2	2	2	2	2	2	4	3	3
36	4	4	3	3	1	5					4	1	1	1	1	1	4	2	3
37	3	3	2	3	5	3					2	1	4	2	4	2	4	3	1
38	4	3	4	2	5	4					4	4	3	1	1	2	4	2	2
39	1	5	2	2	5	2					4	4	2	1	1	1	2	2	2
40	1	5	2	2	5	2					4	4	2	1	1	1	2	2	2
41	1	5	2	2	5	2					4	4	2	1	1	1	2	2	2
42	4	3	4	3	4	4					4	1	1	1	2	3	4	5	3
43	3	1	1	2	2	2					1	2	3	1	2	2	2	3	1
44	3	3	3	1	4	3					4	3	2	2	4	2	2	3	4
45	4	4	4	4	4	4					4	4	4	1	1	1	4	4	1
46	2	2	1	1	1	2					4	2	4	2	2	2	2	2	2
47	4	4	3	2	4	2					2	2	2	2	2	2	4	4	4
48	4	4	3	3	3	4					2	3	4	2	3	4	4	4	3
49	4	4	1	2	2	3					1	3	2	1	1	1	2	2	4
50	3	4	3	3	4	4					4	4	2	2	2	4	3	3	4
51	4	4	4	4	4	4					4	2	4	2	3	2	2	3	4
52	4	4	5	4	5	5					5	2	2	3	4	2	5	4	5
53	4	3	4	2	5	2					4	1	4	3	2	3	3	4	2
54	4	5	4	5	5	5					2	4	5	4	4	4	5	3	5
55	1	5	2	1	4	4					4	4	2	1	1	1	1	1	2
56	1	5	2	1	4	1					4	4	2	1	1	1	1	1	2
57	3	3	3	2	4	3					2	2	2	1	1	2	3	3	4
58	5	4	4	4	4	4					4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	5	5	4	4	5	5					5	5	5	4	5	5	5	4	5
60	4	5	4	4	5	4					5	2	2	4	4	4	4	2	4
61	3	3	2	2	4	4					4	4	5	5	4	3	4	4	5
62	5	3	1	3	1	1					1	5	1	1	1	4	1	3	3
63	4	1	1	4	4	4					2	1	1	1	4	2	4	4	4

64	5	2	3	1	5	5	5	5	5	4	2	2	5	2	5	5	5	5
65	2	2	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	2	3	5	3	4
66	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	2	4	2	4	2	2
67	4	4	2	2	4	1	2	1	2	2	2	4	2	2	1	5	4	1
68	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	1	1	4	4	4
69	3	3	3	1	4	1	2	1	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4
70	4	1	2	3	5	5	4	2	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4
71	3	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	2
72	4	2	2	1	5	2	4	2	4	2	4	4	5	4	5	4	2	2
73	4	3	2	1	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
74	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3
75	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2	2
76	2	2	2	2	4	4	4	1	1	1	1	1	2	2	3	4	4	3
77	4	3	3	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4
78	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	3	2	4	3	1	2
79	2	3	2	2	2	4	2	2	4	2	3	2	4	4	4	4	3	4
80	4	4	4	4	5	4	4	2	2	1	2	2	4	2	4	5	4	4
81	4	4	4	2	2	2	4	4	2	2	3	1	4	4	2	4	2	4
82	2	4	2	4	5	2	4	4	2	2	1	4	4	2	4	4	4	4
83	3	3	3	1	4	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3
84	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4
85	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	2	3
86	4	4	4	4	4	5	4	2	2	2	4	3	4	4	3	4	4	4
87	2	1	1	1	5	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2	4
88	2	4	4	3	5	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4
89	3	4	2	2	4	1	3	2	2	4	2	2	4	4	4	3	3	4
90	4	2	1	1	4	4	1	2	2	1	2	1	4	1	4	4	2	4
91	3	3	2	2	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5
92	2	1	1	1	5	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2	4
93	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	5	5	4
94	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	5	5	4
95	3	2	3	2	5	3	4	2	9	2	2	3	3	2	4	4	2	2
96	4	3	3	3	5	4	3	5	3	1	4	4	4	3	2	5	4	3

97	3	2	2	2	5	3	4	2	2	3	3	3	3	2	2	4	2	3
98	4	3	2	2	5	4	3	1	2	2	4	3	1	2	4	4	3	4
99	3	2	2	1	4	4	4	2	1	1	2	1	2	4	4	4	4	2
100	3	3	3	3	5	2	4	2	2	4	4	2	3	2	4	5	4	4
101	2	2	2	2	4	4	2	1	2	2	2	2	2	1	4	4	2	2
102	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	5	2	1
103	3	4	3	2	4	1	4	2	4	2	2	2	3	3	2	4	4	2
104	3	3	3	2	5	2	2	2	4	4	2	3	2	2	2	5	4	2
105	4	4	2	3	3	5	2	1	1	4	2	1	3	1	1	4	3	4
106	2	5	3	5	4	5	2	2	2	3	1	3	1	4	2	2	1	3
107	1	2	1	2	4	4	2	1	2	1	1	2	2	4	4	4	5	4
108	4	3	3	4	3	4	2	2	2	4	5	5	3	2	3	1	5	2
109	1	3	2	2	3	4	2	3	4	4	1	1	4	4	5	3	3	3
110	4	2	2	1	4	4	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	4	4
111	2	1	2	2	1	2	5	4	2	2	1	3	2	3	1	3	3	5
112	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	5	3	4	2
113	2	3	4	3	4	4	1	4	3	3	2	1	3	5	4	4	4	3
114	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5
115	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5
116	5	4	4	3	4	3	4	2	4	1	2	4	4	4	4	4	3	3
117	3	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	4	4	2	2	4	2	3
118	1	4	2	1	5	2	1	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2
119	5	2	2	2	5	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	5
120	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3
121	3	3	2	2	4	4	1	1	1	1	1	1	5	2	2	2	2	2
122	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
123	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	2	4	2	4
124	4	4	2	2	4	2	4	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4
125	3	3	3	3	5	4	3	1	2	1	3	1	3	1	2	3	3	2
126	4	3	3	3	5	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
127	2	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4	3	3
128	4	4	3	3	1	5	4	1	1	1	1	1	4	2	4	4	4	3
129	3	3	2	3	5	3	2	1	4	2	4	2	4	3	1	4	2	4

130	4	3	4	2	5	4	4	4	3	1	1	2	4	2	2	4	3	4
131	1	5	2	2	5	2	4	4	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2
132	1	5	2	2	5	2	4	4	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2
133	1	5	2	2	5	2	4	4	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2
134	4	3	4	3	4	4	4	1	1	1	2	3	4	5	3	5	4	4
135	3	1	1	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	3	1	2	4	3
136	3	3	3	1	4	3	4	3	2	2	4	2	2	3	4	3	3	4
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	1	2	4	4
138	2	2	1	1	1	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
139	4	4	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	4	4
140	4	4	3	3	3	4	2	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4
141	4	4	1	2	2	3	1	3	2	1	1	1	2	2	2	4	2	4
142	3	4	3	3	4	4	4	4	2	2	2	4	3	3	2	4	3	4
143	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	2	2	3	4	4	4	3
144	4	4	5	4	5	5	5	2	2	3	4	2	5	4	4	4	5	5
145	4	3	4	2	5	2	4	1	4	3	2	3	3	4	3	3	4	2
146	4	5	4	5	5	5	2	4	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5
147	1	5	2	1	4	4	4	4	2	1	1	1	1	1	2	4	2	2
148	1	5	2	1	4	1	4	4	2	1	1	1	1	1	2	4	2	2
149	3	3	3	2	4	3	2	2	2	1	1	2	3	3	2	3	2	4
150	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
151	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
152	4	5	4	4	5	4	5	2	2	4	4	4	4	2	4	5	4	4
153	3	3	2	2	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5
154	5	3	1	3	1	1	1	5	1	1	1	4	1	3	5	4	4	3
155	4	1	1	4	4	4	2	1	1	1	4	2	4	4	3	4	3	4
156	5	2	3	1	5	5	5	5	5	4	2	2	5	2	5	5	5	5
157	2	2	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	2	3	5	3	4
158	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	2	4	2	4	2	2
159	4	4	2	2	4	1	2	1	2	2	2	4	2	2	1	5	4	1
160	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	1	1	4	4	4
161	3	3	3	1	4	1	2	1	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4
162	4	1	2	3	5	5	4	2	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4

163	3	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	2
164	4	2	2	1	5	2	4	2	4	2	4	5	4	5	4	2	2
165	4	3	2	1	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
166	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3
167	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2
168	2	2	2	2	4	4	4	1	1	1	1	1	2	2	3	4	4
169	4	3	3	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4
170	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	3	2	4	3	1
171	2	3	2	2	2	4	2	2	4	2	3	2	4	4	4	4	3
172	4	4	4	4	5	4	4	2	2	1	2	2	4	2	4	5	4
173	4	4	4	2	2	2	4	4	2	2	3	1	4	4	2	4	2
174	2	4	2	4	5	2	4	4	2	2	1	4	4	2	4	4	4
175	3	3	3	1	4	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3
176	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4
177	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	2
178	4	4	4	4	4	5	4	2	2	2	4	3	4	4	3	4	4
179	2	1	1	1	5	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2
180	2	4	4	3	5	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4
181	3	4	2	2	4	1	3	2	2	4	2	2	4	4	4	3	3
182	4	2	1	1	4	4	1	2	2	1	2	1	4	1	4	4	2
183	3	3	2	2	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5
184	2	1	1	1	5	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2
185	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	5	5
186	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	5	5
187	3	2	3	2	5	3	4	2	9	2	2	3	3	2	4	4	2
188	4	3	3	3	5	4	3	5	3	1	4	4	4	3	2	5	4
189	3	2	2	2	5	3	4	2	2	3	3	3	3	2	2	4	2
190	4	3	2	2	5	4	3	1	2	2	4	3	1	2	4	4	3
191	3	2	2	1	4	4	4	2	1	1	2	1	2	4	4	4	4
192	3	3	3	3	5	2	4	2	2	4	4	2	3	2	4	5	4
193	2	2	2	2	4	4	2	1	2	2	2	2	2	1	4	4	2
194	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	5	2
195	3	4	3	2	4	1	4	2	4	2	2	2	3	3	2	4	4

196	3	3	3	2	5	2	2	2	4	4	2	3	2	2	2	5	4	2
197	4	4	2	3	3	5	2	1	1	4	2	1	3	1	1	4	3	4
198	2	5	3	5	4	5	2	2	2	3	1	3	1	4	2	2	1	3
199	1	2	1	2	4	4	2	1	2	1	1	2	2	4	4	4	5	4
200	4	3	3	4	3	4	2	2	2	4	5	5	3	2	3	1	5	2
201	1	3	2	2	3	4	2	3	4	4	1	1	4	4	5	3	3	3
202	4	2	2	1	4	4	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	4	4
203	2	1	2	2	1	2	5	4	2	2	1	3	2	3	1	3	3	5
204	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	5	3	4	2
205	2	3	4	3	4	4	1	4	3	3	2	1	3	5	4	4	4	3
206	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5
207	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5
208	5	4	4	3	4	3	4	2	4	1	2	4	4	4	4	4	3	3
209	3	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	4	4	2	2	4	2	3
210	1	4	2	1	5	2	1	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2
211	5	2	2	2	5	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	5
212	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3
213	3	3	2	2	4	4	1	1	1	1	1	1	5	2	2	2	2	2
214	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
215	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	2	4	2	4
216	4	4	2	2	4	2	4	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4
217	3	3	3	3	5	4	3	1	2	1	3	1	3	1	2	3	3	2
218	4	3	3	3	5	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
219	2	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4	3	3
220	4	4	3	3	1	5	4	1	1	1	1	1	4	2	4	4	4	3
221	3	3	2	3	5	3	2	1	4	2	4	2	4	3	1	4	2	4
222	4	3	4	2	5	4	4	4	3	1	1	2	4	2	2	4	3	4
223	1	5	2	2	5	2	4	4	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2
224	1	5	2	2	5	2	4	4	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2
225	1	5	2	2	5	2	4	4	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2
226	4	3	4	3	4	4	4	1	1	1	2	3	4	5	3	5	4	4
227	3	1	1	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	3	1	2	4	3
228	3	3	3	1	4	3	4	3	2	2	4	2	2	3	4	3	3	4

229	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	1	2	4	4
230	2	2	1	1	1	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
231	4	4	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	4	4
232	4	4	3	3	3	4	2	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4
233	4	4	1	2	2	3	1	3	2	1	1	1	1	2	2	2	4	2	4
234	3	4	3	3	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	3	2	4	3	4
235	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	2	2	2	3	4	4	4	3
236	4	4	5	4	5	5	5	2	2	3	4	2	5	5	4	4	4	5	5
237	4	3	4	2	5	2	4	1	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2
238	4	5	4	5	5	5	2	4	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5
239	1	5	2	1	4	4	4	4	2	1	1	1	1	1	1	2	4	2	2
240	1	5	2	1	4	1	4	4	2	1	1	1	1	1	1	2	4	2	2
241	3	3	3	2	4	3	2	2	2	1	1	2	3	3	3	2	3	2	4
242	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
243	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
244	4	5	4	4	5	4	5	2	2	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4
245	3	3	2	2	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5
246	5	3	1	3	1	1	1	5	1	1	1	4	1	1	3	5	4	4	3
247	4	1	1	4	4	4	2	1	1	1	4	2	4	4	4	3	4	3	4
248	5	2	3	1	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5	2	5	5	5	5
249	2	2	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	5	3	4
250	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	2	2	4	2	4	2	2
251	4	4	2	2	4	1	2	1	2	2	2	4	2	2	2	1	5	4	1
252	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	2	1	1	4	4	4
253	3	3	3	1	4	1	2	1	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4
254	4	1	2	3	5	5	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4
255	3	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	2
256	4	2	2	1	5	2	4	2	4	2	4	4	5	5	4	5	4	2	2
257	4	3	2	1	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
258	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	3	3
259	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2
260	2	2	2	2	4	4	4	1	1	1	1	1	2	2	2	3	4	4	3
261	4	3	3	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4

262	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	3	2	4	3	1	2
263	2	3	2	2	2	4	2	2	4	2	3	4	4	4	4	3	4
264	4	4	4	4	5	4	4	2	2	1	2	4	2	4	5	4	4
265	4	4	4	2	2	2	4	4	2	2	3	4	4	2	4	2	4
266	2	4	2	4	5	2	4	4	2	2	1	4	2	4	4	4	4
267	3	3	3	1	4	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3
268	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4
269	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	2
270	4	4	4	4	4	5	4	2	2	2	4	3	4	4	3	4	4
271	2	1	1	1	5	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2
272	2	4	4	3	5	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4
273	3	4	2	2	4	1	3	2	2	4	2	2	4	4	4	3	3
274	4	2	1	1	4	4	1	2	2	1	2	1	4	1	4	4	2
275	3	3	2	2	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5
276	2	1	1	1	5	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2
277	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	5	5
278	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	5	5
279	3	2	3	2	5	3	4	2	9	2	2	3	3	2	4	4	2
280	4	3	3	3	5	4	3	5	3	1	4	4	4	3	2	5	4
281	3	2	2	2	5	3	4	2	2	3	3	3	3	2	2	4	2
282	4	3	2	2	5	4	3	1	2	2	4	3	1	2	4	4	3
283	3	2	2	1	4	4	4	2	1	1	2	1	2	4	4	4	4
284	3	3	3	3	5	2	4	2	2	4	4	2	3	2	4	5	4
285	2	2	2	2	4	4	2	1	2	2	2	2	2	1	4	4	2
286	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	5	2
287	3	4	3	2	4	1	4	2	4	2	2	2	3	3	2	4	4
288	3	3	3	2	5	2	2	2	4	4	2	3	2	2	2	5	4
289	4	4	2	3	3	5	2	1	1	4	2	1	3	1	1	4	3
290	2	5	3	5	4	5	2	2	2	3	1	3	1	4	2	2	1
291	1	2	1	2	4	4	2	1	2	1	1	2	2	4	4	4	5
292	4	3	3	4	3	4	2	2	2	4	5	5	3	2	3	1	5
293	1	3	2	2	3	4	2	3	4	4	1	1	4	4	5	3	3
294	4	2	2	1	4	4	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	4

295	2	1	2	2	1	2	5	4	2	2	1	3	2	3	1	3	3	5
296	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	5	3	4	2
297	2	3	4	3	4	4	1	4	3	3	2	1	3	5	4	4	4	3
298	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5
299	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5
300	5	4	4	3	4	3	4	2	4	1	2	4	4	4	4	4	3	3
301	3	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	4	4	2	2	4	2	3
302	1	4	2	1	5	2	1	1	1	1	1	1	4	1	2	2	1	2
303	5	2	2	2	5	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	5
304	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3
305	3	3	2	2	4	4	1	1	1	1	1	1	5	2	2	2	2	2
306	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
307	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	2	4	2	4
308	4	4	2	2	4	2	4	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4
309	3	3	3	3	5	4	3	1	2	1	3	1	3	1	2	3	3	2
310	4	3	3	3	5	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
311	2	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4	3	3
312	4	4	3	3	1	5	4	1	1	1	1	1	4	2	4	4	4	3
313	3	3	2	3	5	3	2	1	4	2	4	2	4	3	1	4	2	4
314	4	3	4	2	5	4	4	4	3	1	1	2	4	2	2	4	3	4
315	1	5	2	2	5	2	4	4	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2
316	1	5	2	2	5	2	4	4	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2
317	1	5	2	2	5	2	4	4	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2
318	4	3	4	3	4	4	4	1	1	1	2	3	4	5	3	5	4	4
319	3	1	1	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	3	1	2	4	3
320	3	3	3	1	4	3	4	3	2	2	4	2	2	3	4	3	3	4
321	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	1	2	4	4
322	2	2	1	1	1	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
323	4	4	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	4	4
324	4	4	3	3	3	4	2	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4
325	4	4	1	2	2	3	1	3	2	1	1	1	2	2	2	4	2	4
326	3	4	3	3	4	4	4	4	2	2	2	4	3	3	2	4	3	4
327	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	2	2	3	4	4	4	3

328	4	4	5	4	5	5	5	2	2	3	4	2	5	4	4	4	5	5
329	4	3	4	2	5	2	4	1	4	3	2	3	3	4	3	3	4	2
330	4	5	4	5	5	5	2	4	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5
331	1	5	2	1	4	4	4	4	2	1	1	1	1	1	2	4	2	2
332	1	5	2	1	4	1	4	4	2	1	1	1	1	1	2	4	2	2
333	3	3	3	2	4	3	2	2	2	1	1	2	3	3	2	3	2	4
334	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
335	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
336	4	5	4	4	5	4	5	2	2	4	4	4	4	2	4	5	4	4
337	3	3	2	2	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5
338	5	3	1	3	1	1	1	5	1	1	1	4	1	3	5	4	4	3
339	4	1	1	4	4	4	2	1	1	1	4	2	4	4	3	4	3	4
340	5	2	3	1	5	5	5	5	5	4	2	2	5	2	5	5	5	5
341	2	2	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	2	3	5	3	4
342	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	2	4	2	4	2	2
343	4	4	2	2	4	1	2	1	2	2	2	4	2	2	1	5	4	1
344	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	1	1	4	4	4
345	3	3	3	1	4	1	2	1	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4
346	4	1	2	3	5	5	4	2	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4
347	3	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	2
348	4	2	2	1	5	2	4	2	4	2	4	4	5	4	5	4	2	2
349	4	3	2	1	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
350	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3
351	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2	2
352	2	2	2	2	4	4	4	1	1	1	1	1	2	2	3	4	4	3
353	4	3	3	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4
354	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	3	2	4	3	1	2
355	2	3	2	2	2	4	2	2	4	2	3	2	4	4	4	4	3	4
356	4	4	4	4	5	4	4	2	2	1	2	2	4	2	4	5	4	4
357	4	4	4	2	2	2	4	4	2	2	3	1	4	4	2	4	2	4
358	2	4	2	4	5	2	4	4	2	2	1	4	4	2	4	4	4	4
359	3	3	3	1	4	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3
360	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4

361	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	2	3
362	4	4	4	4	4	5	4	2	2	2	4	3	4	4	3	4	4	4
363	2	1	1	1	5	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2	4
364	2	4	4	3	5	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4
365	3	4	2	2	4	1	3	2	2	4	2	2	4	4	4	3	3	4
366	4	2	1	1	4	4	1	2	2	1	2	1	4	1	4	4	2	4
367	3	3	2	2	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5
368	2	1	1	1	5	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2	4
369	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
370	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4

APÉNDICE G: FIABILIDAD DE LAS VARIABLES

FIABILIDAD DE LA VARIABLE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,770	,771	18

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	72,44	25,173	,366	.	,759
VAR00002	71,64	26,407	,207	.	,773
VAR00003	70,88	22,860	,494	.	,747
VAR00004	70,32	26,477	,408	.	,757
VAR00005	70,44	27,423	,222	.	,767
VAR00006	70,64	25,907	,330	.	,761
VAR00007	71,56	28,173	,044	.	,780
VAR00008	70,84	25,807	,432	.	,754
VAR00009	70,20	27,417	,244	.	,766
VAR00010	70,28	26,377	,435	.	,755
VAR00011	70,52	27,343	,249	.	,766
VAR00012	70,80	26,917	,231	.	,768
VAR00013	70,48	22,427	,693	.	,725
VAR00014	70,44	24,923	,483	.	,748
VAR00015	70,28	27,710	,171	.	,770
VAR00016	70,56	25,840	,412	.	,755
VAR00017	70,32	26,060	,413	.	,755
VAR00018	70,32	26,393	,425	.	,756

FIABILIDAD DE LA VARIABLE VALORES

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,807	,816	20

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	86,56	23,173	,277	.	,805
VAR00002	86,32	24,060	,224	.	,806
VAR00003	86,16	23,973	,333	.	,801
VAR00004	86,12	24,360	,264	.	,804
VAR00005	86,20	23,500	,421	.	,797
VAR00006	86,24	23,940	,282	.	,803
VAR00007	86,36	23,407	,356	.	,799
VAR00008	86,16	23,473	,474	.	,796
VAR00009	86,32	23,143	,429	.	,796
VAR00010	86,32	22,977	,467	.	,794
VAR00011	86,28	23,793	,297	.	,802
VAR00012	86,32	23,227	,410	.	,797
VAR00013	86,28	23,793	,297	.	,802
VAR00014	86,20	23,083	,531	.	,792
VAR00015	86,68	21,643	,450	.	,794
VAR00016	86,28	23,710	,317	.	,801
VAR00017	87,76	19,940	,456	.	,801
VAR00018	87,00	20,667	,648	.	,779
VAR00019	86,84	23,723	,242	.	,806
VAR00020	86,60	22,333	,489	.	,792

FIABILIDAD DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,811	,824	18

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	62,16	39,140	,595	,917	,791
VAR00002	62,08	40,910	,245	,871	,814
VAR00003	62,24	41,773	,265	,840	,810
VAR00004	61,08	42,410	,276	,898	,808
VAR00005	61,40	42,000	,278	,825	,808
VAR00006	61,76	38,440	,516	,867	,794
VAR00007	61,52	41,593	,161	,882	,822
VAR00008	62,08	39,160	,581	,904	,792
VAR00009	61,92	41,243	,341	,855	,805
VAR00010	62,20	40,333	,416	,769	,801
VAR00011	62,24	39,773	,487	,913	,797
VAR00012	61,92	41,243	,522	,809	,799
VAR00013	62,32	39,727	,400	,886	,802
VAR00014	61,36	41,323	,451	,843	,801
VAR00015	61,72	38,127	,600	,857	,789
VAR00016	61,80	41,250	,292	,739	,809
VAR00017	61,96	41,040	,361	,939	,804
VAR00018	62,08	38,493	,558	,954	,792